



UNIVERSIDADE DA BEIRA INTERIOR  
Artes e Letras

**Aplicativos agregadores de informação jornalística  
para dispositivos móveis:  
Uma exploração pela Teoria Ator-Rede**

**Ivan Satuf Rezende**

Tese para obtenção do Grau de Doutor em  
**Ciências da Comunicação**  
(3º ciclo de estudos)

Orientador: Prof. Doutor João Manuel Messias Canavilhas

**Covilhã, Julho de 2016**



# Agradecimentos

Agradeço à Faculdade de Artes e Letras, ao Labcom.IFP e ao Banco Santander pela atribuição da “Bolsa Santander Universidades” no ano letivo 2012/2013.

À Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes) e ao Ministério da Educação do Brasil pela concessão de bolsa de “Doutorado Pleno no Exterior” entre os anos letivos 2013/2014 e 2015/2016.

Ao professor Dr. João Canavilhas pela dedicação dispensada à orientação desta tese e por minha integração a outros projetos científicos correlatos ao percurso do doutoramento.

Ao professor Dr. Paulo Serra, que na condição de diretor do Doutorado em Ciências da Comunicação, sempre prestou o apoio necessário em assuntos institucionais.

Ao professor Dr. Marcos Palacios, Catedrático Visitante em Ciências da Comunicação na Universidade da Beira Interior, pelo auxílio na fase de elaboração do projeto de pesquisa.

A todos os professores e colegas da Universidade da Beira Interior que assumiram papéis determinantes no desenvolvimento e acompanhamento desta investigação.

À minha família, em especial Cibeles, Fátima e Igor pelo apoio e incentivo em todas as etapas do doutoramento.



# Resumo

A agregação de informação jornalística é um fenômeno emergente no jornalismo móvel caracterizada pela proliferação de aplicativos móveis (apps) desenvolvidos para selecionar e organizar conteúdos adaptados a smartphones e tablets. O avanço tecnológico impõe novas questões à investigação acadêmica, principalmente quando os aplicativos agregadores são comparados com as já tradicionais plataformas de agregação na web. Ao contrário dos computadores pessoais, dispositivos móveis são aparelhos de conexão permanente - tecnologias “*always-on*” (Baron, 2008; Turkle, 2011) - que se beneficiam de recursos com potencial inovador, como o sistema de geolocalização (GPS) e a tela sensível ao toque (Palacios et al, 2015). Estas e outras características dos novos meios agem sobre as funcionalidades dos aplicativos agregadores e a observação sistemática do fenômeno indica a ocorrência de alterações significativas na noção tradicional de informação jornalística.

Diante das evidências, esta tese investiga as transformações da informação jornalística nos aplicativos agregadores para dispositivos móveis. A partir de uma revisão crítica das teorias do jornalismo, o estudo sustenta a necessidade de explorar novas abordagens capazes de lidar com a emergência do “jornalismo pós-industrial” (Anderson, Bell, & Shirky, 2012). A suposta centralidade dos jornalistas e das redações profissionais é questionada para incorporar elementos historicamente negligenciados pelos investigadores. Desta forma, a exploração dos aplicativos agregadores é realizada a partir da Teoria Ator-Rede (Callon, 1999; Law, 1991; Latour, 2012), aporte teórico-metodológico que defende a simetria generalizada entre entidades humanas e não-humanas. O princípio da simetria permite compreender as entidades heterogêneas que atuam sobre a informação jornalística nos aplicativos.

O estudo é desenvolvido a partir de 28 aplicativos agregadores. A metodologia é realizada em três etapas sucessivas descritas pela Teoria Ator-Rede: “desdobramento”, “estabilização” e “composição”. As duas primeiras descrevem minuciosamente as entidades presentes no objeto de estudo e identificam tendências que confirmam a transformação da noção de informação jornalística nos aplicativos agregadores a partir de três vetores: os algoritmos, a interface com as redes sociais e a curadoria. A terceira etapa organiza os aplicativos em um quadro taxonômico construído a partir de quatro categorias: API (*Application Programming Interface*), curadoria, sistema de agregação e sistema de personalização.

## Palavras-chave

Agregação de Notícias; Jornalismo Móvel; Informação Jornalística; Teoria Ator-Rede.



# Abstract

News aggregation is an emerging phenomenon in mobile journalism characterized by the proliferation of mobile applications (apps) designed to select and organize content tailored to smartphones and tablets. Technological advances imposes new questions to academic research, especially when aggregators applications are faced with the already traditional web aggregation platforms. Unlike personal computers, mobile devices are permanent connection devices - "always-on" technologies (Baron, 2008; Turkle, 2011) - that benefit from features with innovative potential, as the geolocation system (GPS) and the touch screen (Palacios et al, 2015). These and other features of the new media acting upon the features of aggregators applications and the systematic observation of the phenomenon indicates the occurrence of significant changes in the traditional notion of journalistic information.

Based on this evidence, this thesis investigates the transformations of journalistic information aggregators in applications for mobile devices. From a critical review of the journalism theories, the study reinforces the need to explore new approaches able to cope with the emergence of the "post-industrial journalism" (Anderson, Bell, & Shirky, 2012). The presumed centrality of journalists and professional relationship is challenged to incorporate elements historically neglected by the researchers. Thus, the exploitation of aggregators applications is carried out from the Actor-Network Theory (Callon, 1999; Law, 1991; Latour, 2012), a theoretical and methodological approach that advocates the general symmetry between human and non-human entities. The symmetry principle allows understanding the heterogeneous entities that act on the journalistic information on the apps.

The study is developed based on 28 aggregators applications. The methodology is carried out in three successive steps described by the Actor-Network Theory: "outspread," "stabilization" and "composition". The first two meticulously describes the entities present in the object of study and identify trends that support the transformation of the notion of journalistic information aggregators on the applications from three vectors: the algorithms, the interface with social networks and curation. The third stage organizes the aggregators apps in a taxonomic framework constructed from four categories: API (Application Programming Interface), curation, aggregation system and personalization system.

## Keywords

News Aggregation; Mobile Journalism; Journalistic Information; Actor-Network Theory.





# Índice

INTRODUÇÃO.....	1
PARTE I ENQUADRAMENTO TEÓRICO.....	7
Capítulo 1 - Comunicação, tecnologia e dispositivos móveis .....	9
Introdução.....	9
1.1 Comunicação e tecnologia: a ubiquidade como ideologia .....	10
1.1.1 Ambientes midiáticos .....	11
1.1.2 A aceleração tecnológica.....	16
1.2 Jornalismo móvel: da prática à investigação académica .....	23
1.2.1 O que é jornalismo móvel? .....	26
1.2.2 Como o jornalismo móvel se desenvolveu ao longo do tempo?.....	27
1.2.3 Evidências da subárea académica de jornalismo móvel .....	33
1.2.4 Organização do estudo do jornalismo móvel: objetos e métodos.....	35
1.3 Os aplicativos no ecossistema móvel .....	37
1.3.1 Os elementos do ecossistema móvel .....	39
1.3.2 Aplicativos móveis .....	45
Capítulo 2 - Agregadores de notícia .....	53
Introdução.....	53
2.1 Agregadores de notícia: origens e tipologia.....	53
2.1.1 Agregação automática .....	55
2.1.2 Agregação social .....	56
2.1.3 Agregação profissional .....	57
2.1.4 Agregação mista .....	58
2.2 Os dilemas sobre a agregação de notícias .....	61
2.2.1 Consumo autorreflexivo .....	62
2.2.2 Questões legais.....	63
2.2.3 Isomorfismo e degradação do conteúdo .....	64
2.3 Apps: agregadores nos dispositivos móveis.....	65
Capítulo 3 - Informação Jornalística .....	71
Introdução.....	71
3.1 A informação jornalística.....	72
3.1.1 Limites temporais.....	75
3.1.2 Limites normativos .....	76

3.1.3 A evolução da informação jornalística.....	80
3.2 As teorias do jornalismo industrial .....	83
3.2.1 Gatekeeping e controle social das redações.....	84
3.2.2 Newsmaking .....	85
3.2.3 Abordagens micro e macrosociológicas.....	88
3.3 Jornalismo pós-industrial: novas abordagens .....	92
3.3.1 Gatewatching.....	100
3.3.2 Curadoria.....	102
Capítulo 4 - Teoria Ator-Rede .....	107
Introdução .....	107
4.1 A Teoria Ator-Rede .....	107
4.1.1 Origem e fundamentos .....	109
4.1.2 A abordagem sociológica da TAR .....	114
4.1.3 O vocabulário da TAR .....	120
4.1.3.1 Ator e Actante .....	120
4.1.3.2 Rede .....	121
4.1.3.3 Ator-Rede .....	121
4.1.3.4 Simetria.....	122
4.1.3.5 Coletivo .....	123
4.1.3.6 Agência e Mediação .....	123
4.1.3.7 Mediador e Intermediário .....	124
4.1.3.8 Tradução .....	124
4.1.3.9 Programa de ação.....	125
4.1.3.10 Caixa-preta .....	125
4.1.3.11 Controvérsia.....	126
4.1.4 A TAR na prática .....	126
4.1.4.1 Estudo de caso 1: o fracasso do carro elétrico francês .....	127
4.1.4.2 Estudo de caso 2: o sucesso da expansão marítima portuguesa .....	129
4.1.5 As críticas à TAR .....	131
4.2 A TAR aplicada ao jornalismo.....	135
4.2.1 As “redes impuras” do jornalismo .....	139
4.2.2 A TAR e os agregadores de notícias .....	143
PARTE II INVESTIGAÇÃO EMPÍRICA .....	145
Capítulo 5 - Metodologia .....	147
Introdução .....	147
5.1 Relatos de risco .....	148
5.1.1 Primeiro movimento: desdobramento .....	150

5.1.2 Segundo movimento: estabilização .....	154
5.2 Taxonomia.....	156
5.2.1 Terceiro movimento: composição .....	157
5.3 Corpus de análise .....	159
Capítulo 6 - Relatos de risco .....	163
Introdução.....	163
6.1 Flipboard: A tradução do tablet em revista social .....	163
6.2 Circa News: A informação traduzida em átomos .....	179
6.3 Inside: Notícias traduzidas em cartões.....	192
6.4 Prismatic: A tradução das notícias em redes sociais .....	199
6.5 Pulse: A notícia traduzida como “isca” nas redes sociais .....	204
6.6 Niiws: A tradução de algoritmos em editores sociais .....	211
6.7 Breaking News: A tradução sociotécnica dos valores-notícia .....	217
Capítulo 7 - Taxonomia .....	223
Introdução.....	223
7.1 Semipadrão 1: API .....	224
7.2 Semipadrão 2: Curadoria .....	225
7.3 Semipadrão 3: Sistema de agregação RSS .....	227
7.4 Semipadrão 4: Sistema de personalização.....	229
7.5 Quadro taxonômico de semipadrões.....	230
CONCLUSÃO .....	235
REFERÊNCIAS.....	245
ANEXO.....	283



# Lista de Figuras

Figura 1: Ecossistema móvel desenvolvido pela <i>Apple</i> .....	43
Figura 2: Ecossistema móvel desenvolvido por <i>Google</i> e <i>Microsoft</i> .....	44
Figura 3: A dimensão metafórica dos aplicativos móveis exemplificada no sistema operacional <i>iOS</i> .....	46
Figura 4: Abordagem microsociológica do newsmaking .....	89
Figura 5: Abordagem macrosociológica do newsmaking .....	90
Figura 6: Diagrama metodológico .....	147
Figura 7: Corpus de análise dos relatos de risco .....	160
Figura 8: Home Page do Flipboard na web em novembro de 2010.....	164
Figura 9: Exemplos de gestos para interagir com telas tácteis .....	165
Figura 10: Home page do <i>The Daily</i> .....	167
Figura 11: Etapas de criação do perfil no <i>Flipboard</i> .....	169
Figura 12: Exemplos de perfis de usuários no <i>Flipboard</i> .....	170
Figura 13: Capa e página de conteúdos da revista “Euro Economics Crises” .....	172
Figura 14: Mecanismo para “flipar” conteúdos .....	172
Figura 15: “Edição do Dia” .....	173
Figura 16: Acesso ao API (à esquerda) e página de conteúdos do <i>NYT</i> para <i>Flipboard</i> .....	176
Figura 17: Interface do “composto informacional midiático” do <i>Flipboard</i> .....	178
Figura 18: Átomos de informação no <i>Circa</i> .....	180
Figura 19: Átomo de contextualização assinado por jornalista do <i>Circa</i> .....	181
Figura 20: Equipe do <i>Circa News</i> .....	184
Figura 21: Mecanismo para seguir atualizações sobre uma estória no <i>Circa</i> .....	185
Figura 22: Interface de gestão de conteúdos do <i>Trello</i> .....	186
Figura 23: O “novo processo” de produção da notícia .....	189
Figura 24: Exemplo de “cartão” no <i>Inside</i> .....	194
Figura 25: Interface de navegação dos cartões do <i>Inside</i> .....	195
Figura 26: Equipe do <i>Inside</i> com destaque para “Editorial” e “You?” .....	197
Figura 27: Nuvem de tópicos gerada pelo <i>Prismatic</i> .....	200
Figura 28: Código desenvolvido pela equipe do <i>Prismatic</i> .....	202
Figura 29: Código desenvolvido pela equipe do <i>Prismatic</i> .....	203
Figura 30: Interface do <i>Pulse</i> para <i>iPhone</i> e <i>iPad</i> .....	205
Figura 31: Interface do <i>Pulse</i> para <i>iPhone</i> e <i>iPad</i> .....	209
Figura 32: Interface de abertura e API do <i>Pulse</i> .....	210
Figura 33: Recomendação de conteúdo no <i>LinkedIn</i> e interface de compartilhamento no <i>Pulse</i> .....	211
Figura 34: Home page do <i>Niiiws</i> em maio de 2012 .....	212
Figura 35: Interface de apresentação de conteúdos do <i>Niiiws</i> .....	213
Figura 36: Menu de personalização do <i>Niiiws</i> .....	216
Figura 37: Estação de trabalho de um editor do <i>Breaking News</i> .....	217

Figura 38: Interface de apresentação de alertas do <i>Breaking News</i> .....	218
Figura 39: Seção <i>Hot Headline</i> do <i>Breaking News</i> .....	219
Figura 40: Menu de personalização do <i>Breaking News</i> .....	220
Figura 41: Menu de personalização do <i>Breaking News</i> .....	221
Figura 42: Semipadrão 1: API identificador de usuário .....	224
Figura 43: Semipadrão 1: API para criação de perfil público .....	225
Figura 44: Semipadrão 2: Curadoria algorítmica .....	226
Figura 45: Semipadrão 2: Curadoria profissional.....	227
Figura 46: Semipadrão 2: Curadoria do usuário .....	227
Figura 47: Semipadrão 3: RSS fechado.....	228
Figura 48: Semipadrão 3: RSS aberto.....	228
Figura 49: Semipadrão 4: Personalização algorítmica .....	229
Figura 50: Semipadrão 4: Personalização georreferenciada .....	230

## Lista de Quadros

Quadro 1: Classificação de agregadores de notícias.....	54
Quadro 2: Taxonomia de aplicativos agregadores .....	233





# Lista de Acrônimos

API - Application Programming Interface

ANT - Actor-Network Theory

APP - Mobile Application

CDMA - Code Division Multiple Access

EDGE - Enhanced Data Rates for GSM Evolution

GPRS - General Packet Radio Service

GPS - Global Positioning System

PC - Personal Computer

RSS - Really Simple Syndication

SMS - Short Message Service

TAR - Teoria Ator-Rede



# Introdução

A crescente relevância das tecnologias móveis digitais impõe novas questões às ciências da comunicação e ao campo de estudos do jornalismo. O desenvolvimento histórico dos suportes comunicacionais sempre esteve ligado ao desejo de expandir os limites físicos e temporais para ampliar os horizontes da interação social (Briggs & Burke, 2006). Desde as pinturas rupestres até o *iPhone*, a ubiquidade comunicacional pode ser vista como uma espécie de utopia latente responsável por estimular a inovação de aparatos sociotécnicos para o armazenamento e a circulação de informação.

Esta tese começa justamente por sustentar que os dispositivos móveis são agentes propulsores desta utopia ao se apresentarem como a materialização, no presente, do antigo ideal de ubiquidade comunicacional. A matriz conceitual da teoria do *medium* (*medium theory*) permite verificar como as novas tecnologias conformam “ambientes midiáticos” que reconfiguram simultaneamente a percepção sensorial dos indivíduos e as modalidades de interação (McLuhan, 1990; McLuhan & Fiori 2001; Postman, 1993). Ainda que a comunicação ubíqua não esteja plenamente implementada como infraestrutura acessível a todos, é possível observar como as ações e os discursos capitaneados por empresas do setor digital - *Apple*, *Samsung*, *Microsoft*, *Google* e *Facebook* - instauram a ubiquidade como uma ideologia capaz de afetar os fenômenos sociais contemporâneos (MacKinnon, 2012; McChesney, 2013).

A telefonia móvel interfere nos rumos da sociabilidade desde os anos 1990, promovendo a expansão acelerada da comunicação interpessoal, seja por meio de voz ou de textos curtos (SMS). A primeira década do século XXI ficou marcada pela melhoria e ampliação das redes digitais de alta velocidade (banda larga), além da entrada definitiva dos smartphones no cotidiano de milhões de pessoas em todo o planeta (Katz & Aakhus, 2004; Levinson, 2004; Ling, 2004; Glotz, Bertschi, Locke, 2005; Goggin, 2006; Castells et al., 2007). A união destes dois elementos tecnológicos - as redes digitais e os smartphones - criou a infraestrutura necessária para estabelecer a internet móvel. A mobilidade digital foi reforçada em 2010 com a integração dos tablets ao panorama midiático.

Em consequência do desenvolvimento tecnológico, o jornalismo tem experimentado mudanças profundas em diversas vertentes. Os jornalistas precisam se adaptar rapidamente a novas lógicas de produção, edição e circulação da informação (Quinn, 2009; Silva, 2015). Processos e práticas centradas em rotinas relativamente estáveis desenvolvidas no interior das redações profissionais (Tuchman, 1978; Gans, 1979; Fishman, 1980) dão lugar a processos descentralizados e colaborativos com a inserção de novos

atores (Deuze & Witschge, 2015). A audiência começa a consolidar rotinas emergentes de consumo midiático em contexto móvel e, por vezes, cria mecanismos para interferir no fluxo informacional (Jenkins, Ford, & Green, 2013). O modelo de negócio tradicionalmente vinculado ao jornalismo, subsidiado prioritariamente por receitas publicitárias, está em crise, ao mesmo tempo em que plataformas como *Facebook*, *Twitter* e *Google* começam a ser vistas como entidades relevantes para o futuro da atividade jornalística (Costa, 2014).

Diante destas e de outras evidências, esta tese está alinhada a uma recente corrente de pensamento que advoga a necessidade de explorar novos fenômenos associados ao “jornalismo pós-industrial” (Anderson, Bell, & Shirky, 2012). Os dispositivos móveis são tecnologias centrais neste processo de reconfiguração e, por vezes, de ruptura. Smartphones e tablets podem ser vistos como vetores de novas espacialidades e temporalidades na longa linha evolutiva da informação jornalística (Rantanen, 2009).

O jornalismo móvel tem se estabelecido, nos últimos anos, como uma subárea emergente no campo científico. Esta afirmação se sustenta pelo crescente número de publicações acadêmicas integralmente dedicadas aos temas e problemas relacionados à mobilidade jornalística (Canavilhas, 2013; Paulino & Rodrigues, 2013; Molina, Canavilhas, Prieto, Noriega, & Cobos, 2013; Barbosa & Mielniczuk, 2013; Pellanda e Barbosa, 2014; Canavilhas & Satuf, 2015; Irigaray, 2015).

O fenômeno é multifacetado e complexo, porém, o exame atento da literatura especializada demonstra que a investigação sobre jornalismo móvel pode ser dividida em três vertentes principais: rotinas de produção, produtos e audiências (Satuf, 2015a). Cada um destes grandes conjuntos evoca objetos e métodos específicos. Esta tese se concentra na segunda vertente, um produto específico: os aplicativos agregadores de informação jornalística para dispositivos móveis.

Os apps agregadores podem ser enquadrados como uma subcategoria no interior de um vasto grupo de apps jornalísticos. A proliferação de aplicativos - denominada de “*app economy*” (OECD, 2013; Mulligan & Card, 2014; Goldsmith, 2014).) - é uma das marcas distintivas do ecossistema móvel (Feijó, Pasqu, Misuraca & Lusoli, 2009; Schultz, Zarnekow, Wulf & Nguyen, 2011; Castellet, 2012; Castellet & Feijó, 2013). Por se tratar de um fenômeno recente e ainda em desenvolvimento, a experimentação torna-se a regra, fato que estimula a elevada taxa de insucesso entre os apps (Adjust, 2015).

Em linhas gerais, pode-se dizer que aplicativos agregadores são softwares desenvolvidos exclusivamente para smartphones e tablets com a missão principal de selecionar e organizar as informações jornalísticas com diferentes níveis de personalização. A agregação de notícias em ambiente digital não é uma novidade do ponto de vista tecnológico. Plataformas como *Google News* são bastante conhecidas entre os usuários de

computadores pessoais, mas também são alvo frequente de críticas por parte dos produtores de conteúdo (Cádima, 2013, Isbell, 2010; Jasiewicz, 2012). Contudo, a agregação se associa a outros elementos e a novas lógicas quando integrada aos dispositivos móveis. Esta constatação se torna ainda mais evidente quando são observados os aplicativos agregadores desenvolvidos por startups do setor tecnológico que precisam inovar para sobreviver. São estes apps potencialmente inovadores os objetos de estudo desta tese.

A tela sensível ao toque, satélites em órbita associados a GPS integrados aos aparelhos portáteis, empresas do setor de mídia, redes sociais on-line, curadores de conteúdo profissionais e amadores, algoritmos capazes de entender *inputs* variáveis, repórteres, editores e tantas outras entidades se associam para agir sobre a informação jornalística. A observação permite verificar que os conteúdos jornalísticos passam por transformações significativas quando passam a integrar este novo circuito. O problema de pesquisa está centrado nestas dinâmicas associativas. Afinal, como os aplicativos agregadores agem sobre a informação jornalística nos dispositivos móveis?

Esta questão principal se desmembra em uma problemática com foco nas associações estabelecidas no interior dos apps. Quem (ou o que) é responsável por filtrar e editar os conteúdos? O conceito de informação jornalística historicamente consagrado é mantido ou alterado? É possível encontrar características comuns entre os aplicativos agregadores? Este cenário heterogêneo, e em plena transformação, convoca um aporte teórico-metodológico apropriado para a análise de inovações sociotécnicas. Em busca de respostas, esta tese promove a aproximação entre a Teoria Ator-Rede e os estudos do jornalismo móvel.

A tese está estruturada em duas partes: I) Enquadramento Teórico e II) Investigação Empírica. A primeira parte integra quatro capítulos, sendo o primeiro dedicado à revisão de literatura e à apresentação do estado da arte sobre os temas que fundamentam a investigação: comunicação e tecnologia, dispositivos e ecossistema móveis. O segundo capítulo traça o desenvolvimento social e tecnológico dos agregadores digitais de notícias, desde o PC até os smartphones. O terceiro capítulo tem caráter epistemológico e busca enquadrar as teorias do jornalismo industrial para estabelecer a pertinência de novas abordagens relacionadas ao jornalismo pós-industrial.

O quarto capítulo é inteiramente dedicado à apresentação e discussão da Teoria Ator-Rede, com destaque para a interface desta abordagem com as ciências da comunicação e os estudos do jornalismo. Oriunda do campo dos estudos sobre ciência e tecnologia, a Teoria Ator-Rede assume uma postura contrária às estruturas e aos quadros de referência típicos de outras abordagens para se focar nas mediações heterogêneas, nos híbridos e nas transformações resultantes das associações (Callon, 1999, Crawford, 2005; Latour, 2012,

Law, 1991, Lemos, 2013). Os teóricos desta corrente se afastam de definições e conceitos preestabelecidos para adotar uma posição anti-essencialista que permite investigar os fenômenos a partir do movimento das entidades envolvidas nas associações.

Há dois pontos fundamentais da Teoria-Ator Rede que a tornam especialmente relevante para a investigação do objeto de estudo: o “princípio da simetria generalizada” entre humanos e não-humanos e o foco sobre as “controvérsias”. A simetria permite observar associações e mediações que na maior parte das vezes são invisíveis, ou simplesmente negligenciadas, devido ao predomínio da perspectiva antropocêntrica. As controvérsias expõem as tensões entre as entidades durante a dinâmica performativa que leva à formação das redes.

A Teoria Ator-Rede permite questionar a tradição teórica que tende a apresentar definições limitadas do jornalismo e que, ao mesmo tempo, toma como elemento central da investigação os jornalistas, as redações profissionais e as empresas do setor. A justificativa para escolha do marco teórico está amparada na hipótese<sup>1</sup> de que os aplicativos agregadores para dispositivos móveis, como produtos característicos do jornalismo pós-industrial, estabelecem conexões entre elementos exteriores ao domínio geralmente atribuído ao campo jornalístico e, por este motivo, alteram significativamente a noção de informação jornalística.

Portanto, o objetivo geral é compreender as possíveis transformações da informação jornalística nos aplicativos agregadores a partir do aparato teórico e metodológico da Teoria Ator-Rede. A meta inicial conduz a três objetivos específicos:

- revisitar as teorias do jornalismo com o intuito de ampliar o debate sobre novas abordagens mais condizentes com o estágio atual da atividade;
- compreender as entidades heterogêneas que atuam sobre a informação jornalística nos aplicativos agregadores;
- identificar elementos de convergência para ordenar e classificar os aplicativos agregadores e estabelecer uma taxonomia para o fenômeno investigado.

A segunda parte da tese integra três capítulos exclusivamente direcionados ao estudo empírico. A metodologia empregada deriva da proposta de Latour (2012) para aplicar a

---

<sup>1</sup> O problema de pesquisa e o marco teórico dificultam a formulação de hipóteses mais específicas. O capítulo 4 e a empiria (Parte II) comprovam a ineficiência de “hipóteses de partida”, visto que a pesquisa se pauta pela “instabilidade” e “imprevisibilidade” dos coletivos sociotécnicos. Esta decisão está em sintonia com Braga (2005, 2011), que apresenta uma discussão consistente sobre os limites da formulação de hipóteses em pesquisas qualitativas no campo de estudos da comunicação.

Teoria Ator-Rede ao estudo de inovações sociotécnicas. Desta forma, o estudo empírico está dividido em três etapas sucessivas: desdobramento, estabilização e composição. O quinto capítulo detalha as etapas metodológicas para o estudo de fenômenos sociotécnicos e delimita o corpus de análise formado por 28 aplicativos agregadores.

As duas primeiras etapas são desenvolvidas a partir de sete apps agregadores descritos numa estrutura metodológica denominada “relatos de risco”, desenvolvida no capítulo 6. A empiria permite concluir que os agregadores possuem elementos que alteram o conceito historicamente consagrado de informação jornalística a partir de três vetores centrais: os algoritmos, a interface com as redes sociais e a curadoria.

A última etapa (composição) utiliza os “semipadrões” identificados nas etapas anteriores para conduzir a construção de um quadro taxonômico, apresentado no capítulo 7. A taxonomia é desenvolvida a partir de quatro categorias - API (*Application Programming Interface*), curadoria, sistema de agregação e sistema de personalização - que se desmembram em nove subcategorias identificadas nos relatos de risco e que permitem estabelecer correlações entre os aplicativos agregadores.





# **PARTE I**

## **ENQUADRAMENTO TEÓRICO**



# Capítulo 1 - Comunicação, tecnologia e dispositivos móveis

## Introdução

Este primeiro capítulo apresenta os pilares sobre os quais se ergue a tese: 1) comunicação e tecnologia, 2) jornalismo e dispositivos móveis, 3) aplicativos móveis (*apps*). Por vezes, o texto assume contornos de “estado da arte” sobre cada um destes tópicos, ou seja, uma revisão crítica da literatura que permita situar os temas e, principalmente, os dilemas. Cada seção apresenta definições operacionais que servem de base para os debates subsequentes.

A seção 1.1 discute as tecnologias da comunicação usando como referencial a teoria do *medium* derivada, principalmente, dos trabalhos de Harold Innis e Marshall McLuhan. São alvo de debate a noção de “ambientes midiáticos” e a crescente importância do termo “ubiquidade” na comunicação contemporânea. A reflexão conduz à percepção de que as tecnologias móveis surgem como a materialização da antiga utopia de ubiquidade comunicacional que, embora ainda não plenamente realizada, se apresenta agora como ideologia capaz de afetar as mais diversas esferas sociais.

A seção 1.2 delinea o “jornalismo móvel” como subárea emergente na investigação acadêmica. Em primeiro lugar é apresentada uma definição operacional que evita igualar os termos “mobilidade” e “portabilidade”. Recorre-se a Aguado e Martínez (2008a) para enquadrar os dispositivos móveis a partir de três dimensões: ubiquidade, adaptabilidade e multifuncionalidade. Em seguida, é exposto o desenvolvimento histórico do jornalismo móvel. Por fim, são demonstradas as evidências que permitem pleitear o estabelecimento da subárea de investigação acadêmica e como esta se organiza em relação a objetos e métodos.

A seção 1.3 apresenta os quatro elementos tecnológicos do ecossistema móvel: hardware, sistema operacional, *app store* e *software development kit (SDK)*. O objetivo é demonstrar como a integração e a interdependência destes elementos em circunstâncias específicas levou à proliferação dos aplicativos móveis. A segunda parte da seção conceitua o *app* como elemento tecnológico diretamente vinculado ao amplo fenômeno de “softwarização” da cultura (Manovich, 2013) e as linhas gerais que permitem compreender os aplicativos no jornalismo móvel.

## 1.1 Comunicação e tecnologia: a ubiquidade como ideologia

A história da humanidade pode ser descrita de muitas maneiras, dentre as quais o desenvolvimento dos suportes comunicacionais e a relação que estes estabelecem com o desenvolvimento social. Se a necessidade de comunicar sempre foi uma constante durante o longo e tortuoso processo de desenvolvimento que levou à constituição das mais diversas sociedades, a maneira como interagimos no decorrer de milênios apresentou - e ainda apresenta - variações significativas. Gestos corporais, vocalizações, tambores, pinturas rupestres, sinais de fumaça e outras modalidades comunicativas bastante antigas, bem como o rádio, o telefone, a televisão e o smartphone contemporâneos, possuem basicamente o mesmo objetivo central: estabelecer relações com outros indivíduos com os mais diversos propósitos.

As interações humanas têm sido gradualmente moldadas pelos meios técnicos que permitem tanto a fixação quanto a transmissão de conteúdos simbólicos (Thompson, 1998). A comunicação não ocorre num completo vazio nem prescinde de suportes materiais responsáveis por fornecer os horizontes possíveis para a interação. Mesmo fora dos domínios específicos dos aparelhos tecnológicos, continua a existir uma nítida dependência de elementos físicos no ato comunicacional: “[...] o intercâmbio de palavras em uma interação cara a cara implica alguns elementos materiais - a laringe e as cordas vocais, as ondas sonoras, orelhas e tímpanos, etc”<sup>2</sup> (Thompson 1998, p. 36).

As singularidades dos meios técnicos tornam-se explícitas quando as muitas modalidades comunicacionais são comparadas entre si. Uma vez fixada na pedra, a pintura rupestre tende a se estender no tempo e a alcançar várias gerações, mas está limitada ao espaço de inscrição. Tal limitação implica a proximidade física do observador para que a comunicação se estabeleça. Por sua vez, o sinal de fumaça pode ser avistado à distância, havendo um nítido alargamento físico entre os sujeitos que se comunicam. Entretanto, requer que todos os agentes compartilhem o mesmo intervalo temporal, pois a fumaça tende a se dispersar rapidamente na atmosfera.

A compreensão dos suportes materiais de comunicação é fundamental nas ciências humanas e sociais, pois, como argumenta Innis (1986), “cada meio de comunicação cria seu próprio monopólio do conhecimento” (p. 117). Nesta perspectiva, a ascensão e declínio de sistemas de governo e macroestruturas ideológicas - impérios, religiões, etc - mantêm algum grau de relação com o(s) meio(s) de comunicação sobre o(s) qual(is) foram construídos. No Egito do tempo dos faraós, o monopólio do conhecimento estava centrado no uso da pedra e dos hieróglifos até o surgimento e concorrência do papiro, um meio novo

---

<sup>2</sup> Tradução nossa a partir do original: “[...] el intercambio de palabras en una interacción cara-a-cara implica algunos elementos materiales - la laringe y las cuerdas vocales, las ondas sonoras, orejas y tímpanos, etc”.

e mais eficiente para a fixação e transmissão do conhecimento. A alteração no substrato material despertou um longo período de lentas alterações sociais no qual a "escrita e o pensamento foram secularizados. A administração foi ampliada, acompanhando a difusão da escrita e da leitura" (Innis, 2011, p. 105).

Tempo e espaço são dimensões fundamentais que conformam a base do clássico conceito de "viés" (*bias*) dos meios de comunicação apresentado por Innis (2011). Um suporte mais pesado como a pedra apresenta maior durabilidade, mas tende a ser inadequado ao transporte. Tal característica privilegia a disseminação do conhecimento através do tempo em detrimento do espaço. Por outro lado, um meio leve, como o papel, pode ser facilmente manipulado e transportado, o que propicia a proliferação do conhecimento no espaço, mas a sua fragilidade faz com que a preservação ao longo do tempo se torne um problema. Apesar de aparentemente simples, o viés comunicacional alimenta uma ampla teia de relações que permite conectar os suportes materiais com a cultura.

Todas as tecnologias comunicacionais, simples ou complexas, antigas ou novas, foram desenvolvidas com o intuito de superar as limitações físicas impostas à interação. Assim, um novo suporte é sempre a materialização do permanente desejo social por expandir as fronteiras comunicacionais. Ao mesmo tempo, uma vez consolidado no tecido social, um meio de comunicação age sobre os indivíduos e instituições que dele usufruem, tornando-se, em parte, causa de alterações decisivas nos diversos níveis de relações sociais. Todo *medium* é, desta forma, simultaneamente causa e consequência. Sendo as duas faces de uma mesma moeda, as tecnologias comunicacionais estão inexoravelmente conectadas à constituição das mais diversas formas de agregação humanas.

### **1.1.1 Ambientes midiáticos**

Mais preocupado com experiências sensoriais e cognitivas do que com impérios e formas de governo, Marshall McLuhan também se dedicou a explorar a relação entre comunicação, tecnologia e cultura. No pensamento mcluhaniano, todo *medium* é a extensão de uma faculdade humana (psíquica ou física). A emergência de um novo meio representa a extensão ou amputação do corpo humano e provoca alterações na razão (*ratio*) entre os sentidos. Ao descrever as consequências da escrita em culturas não-letradas, McLuhan argumenta que o alfabeto fonético, por atribuir letras aos sons vocalizados, apresenta um código semanticamente destituído de significado intrínseco responsável por intensificar a extensão da função visual. Ao mesmo tempo, reduz a importância da própria sonoridade que lhe garante o nome de alfabeto "fonético". A alteração no balanço sensorial se conecta à experiência individual e coletiva, pois, ao contrário do que ocorre em culturas orais nas quais a vida ordinária depende da interação direta com o outro, a escrita promove o afastamento dos agentes comunicativos que são capazes de "reprimir sentimentos e emoções quando envolvidos na ação" (McLuhan, 1990, p. 105). Qualquer

mudança sensorial derivada de uma nova tecnologia de comunicação afeta a forma de perceber o mundo, influenciando tanto o pensamento quanto a ação. McLuhan também destaca que todo *medium* imerso na vida cotidiana conforma ambientes que nos envolvem completamente. Em decorrência do caráter pervasivo dos aparatos tecnológicos nas diversas esferas cotidianas “é impossível entender as mudanças sociais e culturais sem conhecer o funcionamento dos meios de comunicação”<sup>3</sup> (McLuhan & Fiore, 2001a, p. 8).

Cabe esclarecer que a noção de tecnologias de comunicação não se restringe a “equipamentos” ou “instrumentos” como a prensa de tipos móveis, a telegrafia ou o computador. A elaboração de um alfabeto pelos fenícios, o desenvolvimento da escrita cuneiforme na Suméria, bem como os hieróglifos egípcios - todos datados de um longínquo período que compreende entre 3500 e 2900 antes da Era Cristã - também são tecnologias comunicacionais que apresentam elevado grau de sofisticação (Mansell, 2008). Na mesma linha de raciocínio, Havelock (1963) identifica uma “tecnologia verbal” complexa em sociedades antigas que empregava ritmos e métricas orais meticulosamente organizados para “garantir a preservação e fixidez de transmissão” (p. 42). É necessário evitar a reificação da tecnologia que a torna identificável apenas na forma de “artefato”, pois tal concepção limita a análise global dos processos tecnológicos numa perspectiva sócio-histórica.

Três dos autores citados acima - Harold Innis, Marshall McLuhan e Eric Havelock - foram os principais expoentes da abordagem teórica difundida nas décadas de 1950 e 1960, responsável por instaurar o paradigma midiológico como subárea de grande interesse no campo dos estudos comunicacionais<sup>4</sup>. As correntes dominantes até aquele momento - a pesquisa sobre os efeitos e a Teoria Matemática da Comunicação - privilegiavam uma abordagem instrumental e transmissionista das tecnologias da comunicação (Mattelard & Mattelard, 1997; McQuail, 2003; Serra, 2007).

Investigações sobre os efeitos da mídia (*media effects*) conduzidas a partir do final dos anos 1920 por nomes como Harold Lasswell e Paul Lazarsfeld dedicavam atenção aos mecanismos de persuasão levados a cabo pelos meios de comunicação de massa (Kepplinger, 2008). Os primeiros estudos defendiam a existência de uma ação direta dos conteúdos midiáticos sobre a audiência. Como afirma Wolf (2009), o modelo de Lasswell

---

<sup>3</sup> Tradução nossa a partir do original: “It is impossible to understand social and cultural changes without a knowledge of the workings of media.”

<sup>4</sup> O paradigma midiológico remete diretamente aos trabalhos do filósofo francês Régis Debray acerca dos suportes técnicos de mediação. Apesar de buscar definir a midiologia desde o final da década de 1970, foi somente com a publicação de *Cours de Médiologie Générale* em 1991 que o pensamento midiológico de Debray se constituiu por inteiro. Portanto, cerca de três décadas depois das principais obras da Escola de Toronto. Como destaca Domingues (2010), “Na verdade, o esquema de Debray é semelhante ao de McLuhan, todavia revela-se não ser tão abrangente. [...] Dada a sistematicidade das abordagens e a sua concorrência, é legítimo defender a constituição de um paradigma mediológico. McLuhan é o primeiro a participar nele”. (p. 25)

baseado na formulação “quem? diz o quê? através de que canal? com que efeito?” pressupõe “um emissor ativo que produz o estímulo e uma massa passiva de destinatários que, ao ser ‘atingida’ pelo estímulo, reage” (p. 30). Tal perspectiva foi aos poucos superada pela noção de que os processos de comunicação de massa raramente ocorrem de forma direta, mas sim em duas etapas (*two-step flow*) com a presença fundamental dos líderes de opinião que servem de intermediários entre a os produtores de informação e as audiências. A perspectiva dos efeitos fortes (*strong effects*) dos meios de comunicação foi gradualmente superada pela abordagem dos efeitos limitados. O *medium*, entretanto, ainda era compreendido como um canal de transmissão cuja eficiência poderia ser medida quantitativamente ao observar a reação da audiência. Em “The People’s Choice”, obra que inaugura a concepção de *two-step flow* a partir da análise da campanha eleitoral nos Estados Unidos, Lazarsfeld, Berelson e Gaudet (1948) lançam uma questão que sintetiza os estudos sobre os efeitos da mídia: “Qual é mais influente: rádio ou jornal?”<sup>5</sup> (p. 125).

A partir dos anos 1940, investigações conduzidas por físicos, engenheiros e matemáticos reforçavam a visão instrumental da mídia ao explorar o fluxo informacional através dos sistemas tecnológicos. O paradigma tecnocêntrico e linear ficou conhecido como Teoria Matemática da Comunicação ou Teoria da Informação. As investigações eram conduzidas por grandes empresas do setor de telecomunicações cujo objetivo central era “transmitir a máxima quantidade de informação em menor tempo possível e com a máxima fidelidade, valendo-se de conceitos físicos e matemáticos” (Rüdiger, 2011, p. 19). Os cientistas estavam interessados em construir sistemas de transmissão de informação eficazes e seguros para envio e recebimento de mensagens eletronicamente codificadas. Não deixa de ser curioso notar como um modelo centrado na dimensão tecnológica *stricto sensu* e desenvolvido por intelectuais ligados às ciências exatas, como o matemático e engenheiro eletrônico Claude Shannon, espalhou-se pelo campo teórico da comunicação durante décadas com a força de um paradigma.

Bastante diferente é a teoria do *medium* (*medium theory*) estabelecida por Innis, McLuhan e Havelock. Os três eram professores na Universidade de Toronto nos anos 1950, conheciam os trabalhos uns dos outros, mas atuavam em departamento distintos. Conforme argumenta Kerckhove (1989), ainda que não tenham colaborado diretamente entre si, a admiração recíproca inspirou uma abordagem que ajudou a expandir a compreensão sobre as tecnologias comunicacionais. A teoria da comunicação reconhece hoje a importância seminal desta corrente também conhecida como Escola de Toronto para o avanço da investigação sobre a mídia. Outros acadêmicos que não estavam vinculados àquela universidade ajudaram a difundir esta linha de pensamento midiático,

---

<sup>5</sup> Tradução nossa a partir do original: “Which is more influential: radio or newspaper?”

entre os quais se destacaram os norte-americanos Walter Ong, Elizabeth Eisenstein e Neil Postman.

A teoria do *medium* apresenta claras vantagens para os estudos comunicacionais. Em primeiro lugar, as tecnologias deixam de ser entidades exógenas que servem passivamente como simples ferramentas para a transmissão de informação. Na verdade, a percepção deve seguir um caminho totalmente oposto a esta concepção. Os meios precisam ser analisados como agentes endógenos produtores de ambiências que atuam de forma ativa na globalidade da vida cotidiana. Tratar a mídia como ambiente permite expandir sua atuação para além do próprio processo comunicacional para conectá-la com dimensões sociocognitivas mais amplas que influenciam o desenvolvimento da humanidade.

Tanto a abordagem cultural quanto a sensorial permitem a descrição singular de cada *medium*, entretanto, um dos mais importantes legados da Escola de Toronto é a visão relacional que conduz à ecologia dos meios. Innis (1986; 2011) ancorou seu pensamento na “concorrência” entre os suportes materiais de comunicação, permitindo verificar a intrincada relação entre o substrato material e os vieses comunicacionais. McLuhan (1990) preferiu se referir à “hibridização” na qual “todos os meios andam aos pares, um atuando como ‘conteúdo’ do outro”<sup>6</sup> (p. 71). O cinema, por exemplo, não é um *medium* autônomo, pois mídias precedentes, como a literatura, o teatro e a música, agem como seus conteúdos. Se a mídia de fato funciona como um sistema de acoplagem, os estudos comunicacionais devem focar na lógica da interdependência dos meios ao invés de promover análises isoladas. Tal abordagem também evita a falsa perspectiva da substituição, como se o surgimento de uma tecnologia disparasse o inevitável processo de extinção das formas antecessoras. Em suma, a ecologia dos meios está atenta ao momento em os meios se hibridizam para analisar como as relações se estabelecem até a estabilização de novas formas midiáticas.

Apesar dos avanços apresentados, a teoria do *medium* não é imune às críticas. Segundo Meyrowitz (2008) os opositores se concentram, principalmente, na ideia de um determinismo tecnológico levado ao extremo e na insuficiente reflexão sobre as relações de poder político e econômico que influenciam ao mesmo tempo o design e o uso da mídia. Raymond Willians (2004, p. 130) formula uma crítica direta ao dizer que “os meios de comunicação nunca foram vistos como práticas” na obra de McLuhan e de seus colegas, mas somente como eventos físicos que retiram a possibilidade de qualquer intencionalidade humana. Couldry (2012) segue a mesma linha de raciocínio ao argumentar que a negligência em relação às práticas sociais pode levar o estudo da mídia a virar as costas para a própria sociologia.

---

<sup>6</sup> Para McLuhan, a única exceção à lógica da hibridização seria a luz que, segundo ele, é a única forma de informação pura a não encontrar obstáculos.



Aqueles que conduzem as críticas geralmente se concentram no pensamento original da primeira geração de teóricos do *medium* que, segundo Meyrowitz (1994), serviu como inspiração para uma segunda geração, mais atenta às práticas e comportamentos sociais. Um exemplo deste desdobramento teórico é a conhecida obra *No sense of place*, de autoria do próprio Meyrowitz (1985). O estudo promove a aproximação entre o pensamento tecnológico de Marshall McLuhan e a microsociologia comportamental de Erving Goffman para sustentar que os meios eletrônicos, sobretudo a televisão, alteram a “geografia situacional” dos relacionamentos que anteriormente estavam relativamente bem demarcados entre os espaços de “bastidores” (*backstage*) e “fachada” (*onstage*).

As críticas são muitas vezes justas e devem ser explicitadas para evitar a repetição de eventuais imprecisões, mas não podem servir de subterfúgio para ignorar os méritos de um extenso conjunto de reflexões que ajudam a compreender os processos comunicacionais. A nosso ver, o principal legado da teoria do *medium* foi permitir caracterizar a tecnologia comunicacional como conformadora de ambientes. Cada novo meio soma-se a um ambiente já sobrecarregado de “espécies midiáticas” com as quais interage e, por consequência, provoca a modificação de todo o ambiente. Postman (1993) argumenta que a metáfora ecológica proveniente da biologia permite observar a emergência de novos ambientes e não o simples processo de acumulação de tecnologias no interior de um ambiente imutável.

No ano 1500, cinquenta anos depois que a prensa tipográfica foi inventada, nós não tivemos uma velha Europa somada à prensa tipográfica. Tivemos uma Europa diferente. Depois da televisão, os Estados Unidos não eram a América somada à televisão; a televisão forneceu uma nova coloração a cada campanha política, a cada casa, a cada escola, a cada igreja, a cada indústria. [...] Portanto, quando uma velha tecnologia é assaltada por uma nova, instituições são ameaçadas. Quando instituições são ameaçadas, a própria cultura encontra-se em crise.<sup>7</sup> (Postman, 1993, p. 18)

A crise a que Postman se refere é tanto tecnológica quanto humana. Trata-se, na verdade, de uma crise decorrente da incapacidade de compreender imediatamente as potencialidades e os limites das inovações. Sobre esse respeito, McLuhan e Fiori (2001b) recorrem a outra metáfora biológica para descrever a inconsciência nos ambientes midiáticos. O peixe é incapaz de perceber a água pela impossibilidade vital de conformar um contra-ambiente que poderia fazê-lo perceber seu próprio habitat. A água é invisível para o peixe porque é o único ambiente que ele conhece e não existe contraposição capaz

---

<sup>7</sup> Tradução nossa a partir do original: “In the year 1500, fifty years after the printing press was invented, we did not have old Europe plus the printing press. We had a different Europe. After television, the United States was not America plus television; television gave a new coloration to every political campaign, to every home, to every school, to every church, to every industry. And that is why the competition among media is so fierce. [...] Therefore, when an old technology is assaulted by a new one, institutions are threatened. When institutions are threatened, a culture finds itself in crisis”.

de gerar a consciência deste mesmo ambiente. Pode-se inferir que o grau de imersão é diretamente proporcional ao grau de invisibilidade.

A aplicação da metáfora às relações humanas ajuda a compreender como as novas tecnologias comunicacionais geram ambiências ou “aquários midiáticos” com os quais lidamos numa tênue linha entre a incompreensão e a inconsciência. Por outro lado, a vantagem trazida pela implantação de um novo ambiente é permitir, por contraposição, ter consciência daquele que o precedeu. O ambiente antigo se torna visível porque é diferente do atual, ainda que o atual seja mal compreendido. A consciência dos ambientes antecessores, no entanto, possui um nítido efeito colateral: “tendemos a pensar o mundo e agir sobre ele de acordo com conceitos e instrumentais que são fornecidos pelas imagens do espelho retrovisor” (Palacios, 2011, p. 186). Pensar o “novo” a partir do “velho” influencia o desenvolvimento da tecnologia e, por consequência, da comunicação. Bolter e Grusin (2000) nomeiam de “remediação” a representação de um meio em outro, isto é, a presença de categorias já conhecidas para explorar o desconhecido. Fidler (1997) recorre a conceitos emprestados da biologia para descrever o processo de “metamorfose midiática” (*mediamorphosis*) no qual as novas formas se desenvolvem baseadas em aspectos particulares das formas anteriores com as quais se relacionam.

A dinâmica entre consciência/inconsciência ou visibilidade/invisibilidade está presente em diversos estudos que exploram a “nova mídia” digital. O termo *new media*, apesar de empregado desde os anos 1960, tornou-se um jargão no final do século XX para denominar o conjunto de tecnologias ditas “interativas” em oposição aos “tradicionais” meios de massa analógicos (Chun, 2006). A verdade é que todas as tecnologias foram um dia *new media*, quer seja o livro, o telégrafo ou o telefone celular (Marvin, 1988; Gitelman, 2006). Numa perspectiva geral, a “nova mídia pode ser entendida como a mídia sobre a qual nós não sabemos como falar a respeito”<sup>8</sup> (Peters & Nielsen, 2013, p. 257).

### 1.1.2 A aceleração tecnológica

Nos últimos dois séculos houve uma drástica redução no tempo entre o surgimento de novos meios. No passado havia longos períodos de certa estabilidade antes que ocorresse a emergência de um suporte comunicacional responsável por iniciar um novo ciclo de turbulência. Hoje, a situação é bem diferente. Desde o século XIX, o domínio técnico sobre a eletricidade desencadeou o surgimento do telégrafo, do telefone, do cinema, do rádio e da televisão em um curtíssimo lapso temporal se comparado aos séculos e por vezes milênios que separavam, até então, as inovações técnicas e tecnológicas.

---

<sup>8</sup> Tradução nossa a partir do original: “New media can be understood as media we do not know how to talk about.”

A era da eletricidade imprimiu novos padrões espaço-temporais à comunicação que fazem o passado parecer não apenas mais distante do que realmente é, mas também bastante excêntrico quando comparado ao presente. Briggs e Burke (2006) destacam que a transmissão de informação a longa distância antes do domínio da eletricidade estava restrita às vias terrestres e marítimas existentes, fato que implicava a participação ativa de agentes humanos portadores da informação. Os serviços postais europeus do século XVI demoravam entre 25 e 30 dias para enviar uma carta de Roma a Londres. O atraso era consideravelmente maior na comunicação transatlântica até o século XVII, quando “cartas da Espanha para o México podiam levar apenas quatro meses para chegar; porém, para Lima, normalmente demoravam de seis a nove meses, levando quase dois anos para atingir as Filipinas” (Briggs e Burke, 2006, p. 35). Menos de dois séculos depois já era possível telegrafar mensagens por cabos submarinos que atravessavam o Oceano Atlântico.

O ritmo das inovações ficou ainda mais acelerado a partir de meados do século XX. As invenções do transistor em 1947 e do microchip, cerca de 15 anos depois, abriram caminho para a microeletrônica e a aplicação prática do pensamento computacional desenvolvido por cientistas como Alan Turing e Vannevar Bush (Gleick, 2012; Isaacson, 2014). Se a expansão dos computadores pessoais nos anos 1980 e o surgimento da internet na década seguinte por si só já seriam suficientes para alterar drasticamente o ambiente midiático, o século XXI trouxe mais novidades: as redes de transmissão digital de alta velocidade e os dispositivos móveis de comunicação.

A adoção massiva dos telefones celulares desde meados da década de 1990 teve um grande impacto na comunicação interpessoal com importantes reflexos culturais<sup>9</sup> (Katz & Aakhus, 2004; Levinson, 2004; Ling, 2004; Glotz, Bertschi, Locke, 2005; Goggin, 2006; Castells et al., 2007). A mobilidade dos corpos convergiu com uma estrutura tecnológica capaz de acompanhar todas as atividades cotidianas. O lugar de comunicação passou a ser qualquer lugar. O tempo de comunicação passou a ser qualquer tempo. Aos poucos o telefone celular foi transformado num complexo midiático que incluía teclados padrão *QWERTY* para digitação de textos longos, câmera fotográfica e de vídeo, *player* de reprodução de música, sistema de conexão à internet por interfaces simplificadas<sup>10</sup>, elevada capacidade para armazenamento de dados, além de telas cada vez maiores e, por vezes, sensíveis ao toque. As alterações fizeram com que o telefone celular se afastasse gradualmente do ouvido e da boca para se tornar um smartphone que passa cada vez mais tempo na palma da mão.

---

<sup>9</sup> Não se quer com essa afirmação negligenciar o fato de que a adoção do telefone celular apresentou grande desigualdade numa perspectiva global (ver Rice & Katz, 2003).

<sup>10</sup> A tecnologia WAP (Wireless Application Protocol) permitia acessar sites adaptados para o telefone que consumiam pouco tráfego de dados, pois as redes ainda apresentavam limitação e o serviço era relativamente caro.

O smartphone é o filho dileto da união entre a telefonia e a informática. Os aparelhos possuem processadores potentes e softwares (*mobile applications*) que permitem executar inúmeras atividades à semelhança do computador pessoal. Diante da diversidade de modelos e experiências realizadas pelos fabricantes, o lançamento do *iPhone*, em 2007, representou um marco que influenciou decisivamente o *medium* (Ling & Sundsøy, 2010; West & Mace, 2010; Goggin, 2012). A partir de então, a *Apple* estabeleceu padrões ao hardware e desenvolveu um ecossistema digital móvel que estimulou os concorrentes a seguir as tendências (ver seções 1.2 e 1.3). Em 2010, a empresa norte-americana voltou a interferir no setor das tecnologias móveis com o lançamento do *iPad*, o primeiro tablet a atingir sucesso comercial em escala global. Com dimensões maiores que os smartphones, os tablets sugerem apropriações diferentes, ainda que integrados ao mesmo ecossistema móvel.

A possibilidade de estabelecer contato com outras pessoas não importa “onde” e “quando”, além do mais, da forma que melhor convier - texto, voz ou vídeo -, aparenta concretizar algo que há pouco tempo era utopia. A ubiquidade comunicacional perseguida pela humanidade parece, de repente, estar a se materializar tecnologicamente diante de nossos olhos. A vanguarda da informática ajuda a propagar termos que tentam estabelecer a ubiquidade como norma na sociedade contemporânea. O serviço de acesso remoto à informação digital batizado de *cloud computing*, por exemplo, usa a nuvem como metáfora para constituir a imagem da computação como um componente etéreo e amorfo que paira em contínuo movimento sobre as nossas cabeças. De forma semelhante, o novo ramo computacional conhecido como *Internet of Things* leva ao extremo o ideal de ubiquidade ao expandir a possibilidade de conexão digital a todas os objetos que nos cercam.

Grandes empresas do setor digital são promotoras da “ubiquidade” com seus planos audaciosos de levar as redes digitais a todo o planeta. O *Google* anunciou em 2013 o *Projeto Loon*<sup>11</sup>, uma rede composta por balões que flutuam na estratosfera a uma altitude de 20 quilômetros em relação à superfície terrestre, portanto, bastante superior às rotas das aeronaves tripuladas e livre das intempéries climáticas. De acordo com os idealizadores do projeto, cada balão é capaz de prover sinal de internet a velocidades comparáveis à rede 3G para uma área de aproximadamente 40 quilômetros de diâmetro. O sinal fica disponível a um custo bastante reduzido nos aparelhos de clientes de operadoras de telecomunicação conveniadas ao projeto. Os primeiros testes foram realizados em zonas específicas da Nova Zelândia.

Em um projeto igualmente grandioso, o *Facebook* se uniu a seis empresas ligadas à tecnologia móvel e digital, entre as quais *Samsung*, *Ericsson* e *Nokia*, para lançar o

---

<sup>11</sup> Página oficial do projeto (em português): <http://www.google.com/loon/>

programa *Internet.org*.<sup>12</sup> O objetivo central é o mesmo do *Projeto Loon*: disponibilizar acesso de baixo custo à internet a todos os rincões do planeta, no entanto, as estratégias tecnológicas são diferentes. Enquanto o *Google* aposta nos balões, o *Facebook* busca outros meios de transmissão de sinal, como os *drones*, veículos aéreos não-tripulados e guiados remotamente. No primeiro semestre de 2014 a empresa de Mark Zuckerberg adquiriu a *Titan Aerospace*, fabricante norte-americano de *drones* movidos a energia solar. Estas pequenas aeronaves ainda estão em fase de testes mas, segundo os desenvolvedores, possuem potencial para voar sem interrupção por anos.<sup>13</sup> Devidamente adaptados para transmissão de sinal, estes aparelhos parecem ser a versão digital de Hermes, o hábil e incansável mensageiro dos deuses da mitologia grega.

As companhias que prometem a distribuição generalizada e democrática do sinal digital também produzem aparelhos que reavivam no imaginário popular a figura do ciborgue com suas próteses tecnológicas adaptadas ao corpo. O lançamento de alguns dispositivos vestíveis (*wearable devices*) ajudam a reforçar a ideia de ubiquidade tecnológica, como os óculos que integram a internet à visão (*Google Glass*) e os relógios “inteligentes” (*smartwatches*) que, entre outras funções, monitoram on-line nossas atividades fisiológicas. Do ponto de vista da economia política, conglomerados como *Apple*, *Samsung*, *Microsoft*, *Google* e *Facebook* possuem controle estratégico sobre infraestruturas e mercados que engendram forças capazes de se sobrepor às tentativas de regulamentação dos próprios Estados (MacKinnon, 2012; McChesney, 2013).

Diante deste cenário, ainda que não esteja plenamente realizada, a ubiquidade comunicacional deixa gradualmente a condição de utopia para se assumir como ideologia. O ideário está bem sintetizado na visão otimista de Pavlik (2014): “Numa era de mídia ubíqua, processos democráticos dependem de um sistema robusto de cidadãos conectados e mídia profissional, livres de restrições governamentais ou tecnológicas” (p. 160). Afirmações apressadas e por vezes ingênuas defendem que a ubiquidade pressupõe liberdade, afinal, não há barreiras espaciais ou temporais. Para evitar erros decorrentes de percepções estereotipadas e simplificadas, melhor é pensar a existência de embates ideológicos que contrapõe os velhos meios do sistema *broadcast* analógico às novas mídias móveis digitais. Featherstone (2009) argumenta que em pouquíssimo tempo o discurso sobre a concentração monopolística e os perigos da manipulação da audiência pelos meios de comunicação de massa começaram a perder espaço para um vocabulário que prega a existência de uma mídia dispersa e multimodal associada a usuários multitarefas.

---

<sup>12</sup> Página oficial do projeto: <http://internet.org/>

<sup>13</sup> “Google Acquires Titan Aerospace, The Drone Company Pursued By Facebook”: <http://techcrunch.com/2014/04/14/google-acquires-titan-aerospace-the-drone-company-pursued-by-facebook/>

Os discursos sobre as realizações tecnológicas não são gratuitos nem fortuitos. Conforme Ellul (1964), “cada realização técnica engendra suas próprias justificativas ideológicas” (p. 323). Se é verdade que a emergência de um novo meio reorganiza o ambiente midiático, tal como postulado pela teoria do *medium*, a ambiência é também criada e reforçada por parte daqueles que conduzem o processo tecnológico (empresas, governos, universidades, centros de pesquisa, etc). O aquário mcluhaniano não é tão somente um aquário tecnológico, mas igualmente ideológico.

Neste sentido, Postman (1993) apresenta uma interessante abordagem ao reformular a noção de viés midiático estritamente material de Harold Innis para reposicioná-la no campo da ideologia. Um meio não se sobrepõe a outro meio simplesmente porque é melhor do ponto de vista físico ou técnico, mas também porque representa uma visão de mundo diferente em busca de uma condição hegemônica. A tecnologia é mais do que apenas um instrumento, é também um conjunto de instruções, de normas e de valores.

" [...] novas tecnologias competem com as antigas - por tempo, por atenção, por dinheiro, por prestígio, mas, principalmente, pelo domínio de sua visão de mundo. Esta competição está implícita assim que reconheçamos que um medium contém um viés ideológico. E esta é uma competição feroz, como somente competições ideológicas podem ser. Não é meramente uma questão de ferramenta contra ferramenta - o alfabeto atacando a escrita ideográfica, a prensa gráfica atacando o manuscrito ilustrado, a fotografia atacando a arte da pintura, a televisão atacando o mundo impresso. Quando os meios fazem guerra uns contra os outros, é uma questão de visões de mundo em colisão."<sup>14</sup> (Postman, 1993, p. 16)

De volta ao campo dos dispositivos móveis de comunicação, parece pertinente especular que estamos ainda nos primeiros estágios de mais uma violenta batalha entre o novo e o velho, porém, as tecnologias ditas “ubíquas” situam-se claramente na condição de virtuais vencedoras. A vitória não se deve apenas ao fato de os aparelhos sem fio e as redes digitais apresentarem vantagens competitivas frente aos demais suportes midiáticos, mas igualmente porque encapsulam uma ideologia sedutora: a comunicação total por meio da tecnologia. Afinal, como seria possível refutar tal enquadramento técnico-ideológico diante de tantas evidências?

Primeiro, foram os telefones celulares e, agora, são os smartphones que ocupam cada vez mais os tempos ociosos da vida. A espera pelo transporte público ou as entediadas filas

---

<sup>14</sup> Tradução nossa a partir do original: “[...] new technologies compete with old ones - for time, for attention, for money, for prestige, but mostly for dominance of their world-view. This competition is implicit once we acknowledge that a medium contains an ideological bias. And it is a fierce competition, as only ideological competitions can be. It is not merely a matter of tool against tool—the alphabet attacking ideographic writing, the printing press attacking the illuminated manuscript, the photograph attacking the art of painting, television attacking the printed word. When media make war against each other, it is a case of world-views in collision.”

são amenizadas pelos dispositivos móveis. Aos poucos, espaços privados e circunscritos às esferas mais íntimas da vida pessoal passam a ser espaços de interação com outras pessoas geograficamente distantes. Em uma série de entrevistas com jovens usuários de telefones celulares numa era pré-smartphones, Aoki e Downes (2003) encontraram vários comportamentos sociais desviantes, como o relatado por uma adolescente que se sentiu desconfortável em um banheiro público: “... você se sente como se estivesse invadindo a conversa privada de outra pessoa. Tinha uma garota escovando os dentes no banheiro e conversando no telefone celular!”<sup>15</sup> (p. 358).

A comunicação móvel instaurou a “era de contato perpétuo” (Katz & Aakhus, 2004), entretanto, Turkle (2011) adverte que não estamos em contato apenas com os outros, mas também com as tecnologias que adquirem cada vez mais intimidade com o nosso corpo e pensamento. Grusin (2010) optou por batizar de “midiafilia da antecipação” (*mediaphilia of anticipation*) nossos gestos constantes rumo às tecnologias comunicacionais como se houvesse a necessidade permanente de estar disponível para o contato, mesmo quando não estamos à espera de nada ou de ninguém. Numa relação de afeto com os *gadgets* tecnológicos, cada indivíduo parece simultaneamente hiperconectado e enclausurado, um paradoxo estruturante da sociabilidade do século XXI:

A vida em uma bolha midiática tem vindo a parecer natural. Assim como o fim de uma certa etiqueta pública: na rua, nós falamos nos microfones invisíveis de nossos telefones móveis e parecemos estar falando com nós mesmos. Partilhamos intimidades com o ar como se não nos preocupássemos com quem possa nos ouvir ou com os detalhes do nosso entorno físico.<sup>16</sup> (Turkle, 2011, p. 16)

A alusão à bolha midiática que habitamos e que nos habita ilustra bem a expansão da estranha condição de “presença ausente” (*absent presence*) nas mais diversas situações sociais (Gergen, 2004). Cada vez mais estamos onde não poderíamos estar fisicamente, mas também não estamos onde deveríamos estar fisicamente. Somos cercados por aparelhos de comunicação *always on* cuja tarefa é manter-nos igualmente “ligados” (Baron, 2008; Turkle, 2011). Como advoga Lash (2002), o mundo contemporâneo opera a partir das interfaces homem-máquina que instauram “formas tecnológicas de vida” das quais não conseguimos (ou não queremos) nos dissociar. A experiência cotidiana assume o caráter de uma “vida-à-distância” mediada pela tecnologia e que assume o seguinte lema:

---

<sup>15</sup> Tradução nossa a partir do original: “... you feel like you are invading on someones personal conversation. There was a girl brushing her teeth in the bathroom and talking on her cell phone!”

<sup>16</sup> Tradução nossa a partir do original: “Life in a media bubble has come to seem natural. So has the end of a certain public etiquette: on the street, we speak into the invisible microphones on our mobile phones and appear to be talking to ourselves. We share intimacies with the air as though unconcerned about who can hear us or the details of our physical surroundings.”

“Eu não posso alcançar relações sociais na ausência de sistemas tecnológicos, afastado da minha interface com as máquinas de comunicação e transporte”<sup>17</sup> (Lash, 2002, p. 15-16).

Seguindo a mesma lógica de tecnologização total da vida, mas aplicando-a diretamente ao universo midiático, Deuze (2011) tensiona o debate ao limite com a postulação de que não vivemos “com” a mídia, mas “na” mídia. As tecnologias comunicacionais não são agentes externos, assim como não há um lado de fora que sirva de refúgio. Uma vida extramidiática aparenta estar completamente fora de questão no instante em que a humanidade se vê profundamente imersa num ambiente sobrecarregado de meios de comunicação ubíquos e pervasivos. Ling (2012) argumenta que as relações sociais contemporâneas pressupõem que os outros com quem nos relacionamos possuem dispositivos móveis e tal pressuposição está interligada à coordenação das atividades cotidianas. Não precisamos marcar hora nem lugar precisos para os encontros, tudo é coordenado em tempo real por ligações telefônicas, SMS, *WhatsApp* e aplicativos similares. Ao ser assumido como um pressuposto para as interações, a tecnologia volta a desaparecer no tecido social e o estado de inconsciência latente impera até que surjam fissuras pontuais que promovam a descoordenação. “Nossa dependência da telefonia móvel torna-se especialmente evidente quando nos encontramos sem ela”<sup>18</sup> (Ling, 2012, p.1).

A discussão realizada até aqui ajuda a compreender uma pequena parte do complexo cenário que envolve as tecnologias da comunicação. Esta tese assume como princípio norteador a indissociável relação entre processos comunicacionais e inovações tecnológicas na conformação de ambientes midiáticos que afetam tanto o plano individual quanto coletivo. A teoria do *medium* serve como arcabouço teórico principal, mas não basta, pois, como tentamos demonstrar, a tecnologia é, por definição, ideológica. A ubiquidade comunicacional assumida como enquadramento ideológico afeta o desenvolvimento científico e comercial, bem como os hábitos culturalmente partilhados.

Silverstone (1999) recorreu a uma expressão do filósofo Isaiah Berlin para dizer que a mídia passou a fazer parte da “textura geral da experiência”. Hoje, a experiência parece depender cada vez mais dos dispositivos móveis, tecnologias íntimas que carregamos junto ao corpo, mas que não nos importamos de usar em lugares públicos. A experiência passa pela conexão mediada pela tecnologia. Do ponto de vista operacional, a ubiquidade comunicacional permanece uma utopia, visto que ainda há “áreas de sombra” no planeta que não recebem sinal digital, além de um volume significativo de pessoas que não possuem recursos para estabelecer conexão. Entretanto, na prática, a ubiquidade é uma realidade ideológica que afeta os mais diversos campos. Como veremos a seguir, o

---

<sup>17</sup> Tradução nossa a partir do original: “I cannot achieve sociality in the absence of technological systems, apart from my interface with communication and transportation machines.”

<sup>18</sup> Tradução nossa a partir do original: “Our reliance on mobile communication becomes especially obvious when we find ourselves without it.”



jornalismo é uma das áreas diretamente afetadas pela atual configuração tecno-ideológica.

## 1.2 Jornalismo móvel: da prática à investigação acadêmica<sup>19</sup>

Se hoje podemos tratar o jornalismo como objeto de estudo científico sem despertar a desconfiança de outras áreas, isto se deve a uma longa trajetória para atribuir relevância acadêmica a uma prática social. Os primeiros jornais surgiram na Europa no século XVII como consequência tardia da revolução da prensa tipográfica, porém, foi somente no início do século XIX que o termo “jornalismo” passou a designar a atividade de produzir e publicar notícias (Barnhurst & Nerone, 2009). A consolidação do jornalismo como atividade profissional ocorreu no início do século XX, concomitante à criação de cursos de jornalismo nos Estados Unidos, cabendo o pioneirismo à Universidade de Missouri, em 1908 (Becker, 2008).

Tanto a profissionalização quanto a emergência de cursos universitários não foram suficientes para estabelecer imediatamente um campo autônomo de investigação científica. A problemática acerca do jornalismo passou a habitar campos correlatos como os estudos de comunicação e mídia, bem como disciplinas adjacentes: história, sociologia, ciências políticas, psicologia, estudos urbanos, economia e negócios (Zelizer, 2004; 2009). Basta observar o que se compreende por “Teorias do Jornalismo” para perceber a dificuldade em estabelecer barreiras rígidas. O *gatekeeping* tem sua origem na psicologia social de Kurt Lewin, enquanto o *newsmaking* remete ao trabalho sociológico e etnográfico de pesquisadores como Gaye Tuchman.

O esforço empreendido ao longo de décadas ajudou a estabelecer a autonomia do jornalismo, atualmente reconhecido como um campo importante dentro da grande área da Comunicação. Entidades supranacionais como a *International Association for Media and Communication Research* (IAMCR) e a *European Communication Research and Education Association* (ECREA) possuem seções dedicadas ao estudo do jornalismo. Organizações nacionais fazem o mesmo, como a Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós/Brasil), que abriga o grupo de trabalho “Estudos de Jornalismo”, e a Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação (Sopcom), com a seção temática “Jornalismo e Sociedade”.

A autonomia obtida pelo jornalismo como área do conhecimento credencia o campo a criar suas próprias divisões internas. Tais divisões, entretanto, não derivam exclusivamente da

---

<sup>19</sup> Uma versão com alterações pontuais do texto apresentado nesta subseção foi publicada com este mesmo título no livro “Jornalismo para dispositivos móveis: produção, distribuição e consumo” (Canavilhas & Satuf, 2015).

atividade estritamente científica desenvolvida num ambiente sempre pacífico. A ideia de que os pesquisadores ligados a um campo particular agem como uma coletividade harmoniosa é tão sedutora quanto enganosa. Como explica Bourdieu (1983), o campo científico é o espaço de luta concorrencial pelo monopólio da autoridade. Pesquisadores travam disputas entre si com intuito de firmar a relevância de objetos, problemas e métodos. A legitimidade científica passa pela obtenção de reconhecimento pelos pares-concorrentes, ou seja, tanto o campo científico quanto suas subáreas são decorrentes de negociações cujos envolvidos são simultaneamente juízes e partes interessadas.

Diante do binômio concorrência/legitimação estabelecido por Pierre Bourdieu e da importância alcançada pelos estudos sobre o jornalismo, o objetivo desta seção é compreender o jornalismo móvel como uma subárea emergente no interior de um campo maior denominado genericamente de “estudos de jornalismo”. O texto é organizado com o intuito de responder às seguintes questões: 1) O que é jornalismo móvel? 2) De que forma o jornalismo móvel se desenvolveu ao longo do tempo? 3) Que evidências permitem pleitear o estabelecimento de uma subárea acadêmica? 4) Como as pesquisas atuais se organizam em relação a objetos e métodos?

Não se trata de um conjunto de perguntas retóricas a serviço de elucubrações abstratas, mas de questões objetivas que impõem a necessidade de encontrar elementos no interior do próprio campo científico para justificar a proposição de que estamos diante de uma subárea emergente. Justamente por se tratar de algo novo e em acelerado desenvolvimento, é preciso explicitar sua constituição em vez de assumir posições antecipadas.

O primeiro cuidado que se deve tomar ao delinear o jornalismo móvel é tratar adequadamente o termo mobilidade. Se a mobilidade for admitida como mero sinônimo de “portabilidade”, pode-se aferir, por dedução lógica, que o jornalismo sempre foi móvel, afinal, jornais impressos são suficientemente leves para acompanhar os leitores em diversos lugares. Da mesma forma, o rádio transistor portátil provocou transformações sociais em meados do século XX ao permitir a difusão e o consumo de conteúdos sonoros sem as limitações impostas por fios (Briggs & Burke, 2006). Todo suporte que possui viés espacial, tal como postulado por Innis (2011), é móvel por definição. Se olharmos para o passado do jornalismo, veremos uma série de suportes portáteis que não se enquadram no que hoje são denominados dispositivos móveis. Em tom lúdico, Levinson (2004) lembra que a portabilidade é tão antiga quanto sagrada: “Moisés foi sábio ao trazer os Dez

Mandamentos montanha abaixo em tábuas de pedra. Elas podiam ser carregadas não apenas pelo deserto, mas, eventualmente, para o mundo todo”<sup>20</sup> (p. 16).

As diferenças em relação à mobilidade saltam aos olhos quando a portabilidade deixa de ser atribuída como característica única. O jornal impresso é portátil, mas igualmente imutável. No instante em que a impressão é finalizada, torna-se refém da tinta que lhe cobre: tem o mesmo conteúdo às sete horas da manhã, ao meio-dia ou às dez horas da noite. Portátil e imutável, o jornal é igualmente descartável após seu ciclo útil de vida. Com o rádio portátil é diferente, pois o conteúdo é dinâmico. Músicas, notícias, transmissões esportivas ou quaisquer outros tipos de emissão sonora podem integrar o contínuo fluxo radiofônico. Entretanto, a distribuição do conteúdo é realizada de um ponto central e atinge de forma homogênea todos os ouvintes sintonizados a uma determinada emissora. O rádio, ao lado da televisão, é o suporte icônico do *broadcasting system* que instituiu o domínio da comunicação de massa.

Os dispositivos que servem ao jornalismo móvel são muito diferentes do jornal e do rádio, pois, além da portabilidade, estão associados a capacidades telefônicas e computacionais que os integram a outras lógicas de usos e consumos. Do ponto de vista instrumental, Aguado e Martínez (2008a) atribuem às tecnologias móveis o caráter de “meta-dispositivos” que agregam e recombina diversas funções num único aparelho responsável por promover a hibridização de três dimensões comunicativas: as *self-media*, as mídias conversacionais e os meios de comunicação tradicionais.

As *self-media* compreendem as características do suporte que capacitam a produção e a difusão de conteúdos gerados pelo usuário. Nesta categoria estão incluídos tanto os *affordances* do hardware - a exemplo das câmeras que permitem fotografar e filmar - como os aplicativos móveis (*mobile softwares*) voltados à edição, organização e distribuição de conteúdos pessoais. As mídias conversacionais, por sua vez, estão no “DNA” do telefone celular e foram herdadas por seus descendentes, os smartphones. O foco primário da telefonia é estabelecer contato interpessoal e os dispositivos móveis não negam suas origens, continuam sendo tecnologias de interação direta com outras pessoas. Contudo, a oralidade perde espaço e enfrenta a concorrência da escrita, prática de conversação muito comum na comunicação móvel conhecida por *texting*. Por fim, mas não menos importante, os meios tradicionais somam-se às *self-media* e às mídias conversacionais. Por “tradicional” entende-se uma relação análoga aos meios de comunicação de massa. O usuário pode ouvir rádio FM no dispositivo móvel, bem como

---

<sup>20</sup> Tradução nossa a partir do original: “Moses was wise to bring the Ten Commandments down from the mountain on tablets. They could be carried not only through the desert, but eventually to the entire world.”

baixar a versão digital de um jornal impresso, dois casos nos quais a mediação tecnológica não altera significativamente as relações comunicacionais.

A fusão das dimensões comunicativas, de acordo com Aguado e Martínez (2008a), surge da integração de três características elementares dos dispositivos móveis:

- Ubiquidade: capacidade de conexão estendida no tempo e no espaço;
- Adaptabilidade: conteúdos gerados por demanda e sensíveis ao contexto do usuário;
- Multifuncionalidade: integração de aplicações e formatos oriundos de outros meios.

No contexto atual da investigação em jornalismo, o adjetivo “móvel” só pode ser atribuído ao suporte comunicacional que integra, simultaneamente, estas três características. Desta forma, torna-se fácil identificar quais são, de fato, as tecnologias comunicacionais móveis, bem como diferenciá-las de outros suportes meramente “portáteis”.

### 1.2.1 O que é jornalismo móvel?

Jornalismo móvel é um conjunto de práticas de produção, edição, circulação e consumo de conteúdos jornalísticos em dispositivos portáteis digitais que agregam conexão ubíqua, conteúdos por demanda adaptados ao contexto do usuário e integração de múltiplos formatos midiáticos.

Dois termos presentes nesta definição merecem especial atenção: circulação e consumo. A perspectiva da “circulação” dos conteúdos jornalísticos afasta o jornalismo móvel do conceito de “distribuição” fortemente vinculado ao sistema *broadcasting*. Esta pequena alteração semântica representa um importante passo para compreender a audiência como elemento determinante no que Jenkins, Ford e Green (2013) denominam de “espalhamento” dos conteúdos sustentado pela crescente relevância da “cultura da participação”. A lógica da distribuição é operada a partir de poucos centros de produção que controlam o envio de um conjunto restrito de conteúdos para uma audiência massificada. Em contraste a este padrão distributivo, surge “um emergente modelo híbrido de circulação, no qual uma combinação de forças *top-down* e *bottom-up* determinam como o material é partilhado através e entre culturas por meios muito mais participativos (e confusos)”<sup>21</sup> (Jenkins, Ford e Green, 2013, p. 1). Por sua vez, o termo “consumo” evita circunscrever o estudo do jornalismo móvel apenas à atividade de produção da notícia.

---

<sup>21</sup> Tradução nossa a partir do original: “[...] an emerging hybrid model of circulation, where a mix of top-down and bottom-up forces determine how material is shared across and among cultures in far more participatory (and messier) ways.”

A definição proposta ajuda a compreender smartphones e tablets como os suportes por excelência do jornalismo móvel. Os telefones celulares também podem ser incluídos aqui, mas são tecnologias que tendem a desaparecer em sua forma “pura” à medida que crescem a oferta e a demanda por aparelhos que vão muito além da telefonia. Ainda bastante restritas, as tecnologias vestíveis surgem como potenciais suportes para o jornalismo móvel.

Outras dúvidas sobre a dimensão tecnológica podem surgir, mas a definição operacional se encarrega de providenciar as respostas. Seria o laptop um suporte para o jornalismo móvel? A resposta é negativa em duas dimensões essenciais: as limitações relacionadas ao movimento e ao contexto. Laptops são portáteis, mas seu uso continua restrito a situações e lugares específicos. Ao contrário do que ocorre com smartphones e tablets, jornalistas e consumidores de informação não abrem computadores portáteis quando estão de pé ou durante uma caminhada, salvo casos excepcionais. O dispositivo pressupõe que o usuário esteja imóvel e, na maior parte das vezes, assentado para ter uma superfície de suporte. Além disso, Scoble e Israel (2014) argumentam que laptops não são tecnologias realmente contextuais, pois lhes faltam sensores que adaptam conteúdos à experiência imediata do usuário. Num exemplo simples e direto, basta observar que computadores portáteis não são equipados com giroscópio e acelerômetro, componentes que permitem que o conteúdo se ajuste de acordo com os movimentos corporais do usuário<sup>22</sup>.

Não quer dizer que laptops deixam de ser suportes importantes, mas que assumem cada vez mais a condição de coadjuvantes no jornalismo móvel. Do ponto de vista da produção, seu uso fica na maior parte das vezes restrito a tarefas que exigem um teclado físico ou telas maiores. Com o desenvolvimento de smartphones e tablets com alta capacidade computacional e melhores *affordances*, o próprio laptop assume paulatinamente a forma de um híbrido com teclados que podem ser destacados. Essa transição fica bastante nítida quando o “jornalismo de mochila” (*backpack journalism*) do início dos anos 2000, composto por um kit com notebooks, câmeras, celulares e outros acessórios, perde espaço para o “jornalismo de bolso” (*pocket journalism*) composto por tecnologias que reúnem diversas funções e que permitem a utilização com apenas uma das mãos (Cameron, 2011; Silva, 2013).

### 1.2.2 Como o jornalismo móvel se desenvolveu ao longo do tempo?

Para tentar encontrar respostas é preciso localizar o ponto de interseção da prática jornalística com o desenvolvimento das redes móveis. Autores que exploram as inovações na telefonia móvel (Klemens, 2010; Wilwohl, 2010; Agar, 2013) distinguem três gerações

---

<sup>22</sup> Excluímos da categoria “laptop” os aparelhos híbridos, que permitem ao usuário destacar o monitor e usá-lo como um tablet.

tecnológicas com limites razoavelmente claros, geralmente expostas de forma abreviada: 1G, 2G e 3G. Entretanto, o jornalismo móvel surge numa fase de transição dos padrões de transmissão digital, conhecida como 2.5G, no início dos anos 2000.

A primeira geração (1G) era analógica e aplicava à telefonia o mesmo princípio de modulação em frequência usado na transmissão radiofônica. Coube ao Japão o pioneirismo na instalação de uma rede comercial, ainda em 1979. A experiência asiática foi replicada no início da década seguinte na Europa e nos Estados Unidos. Como ocorre em quase todos os processos de desenvolvimento e adoção de tecnologias, a fase inicial da telefonia móvel era para poucos. O telefone celular *DynaTAC 8000X*, lançado em 1984 pela *Motorola*, custava US\$ 3.995 (Klemens 2010), um preço muito elevado. Para efeito de comparação o computador pessoal *Macintosh 128K*, da *Apple*, chegou às lojas no mesmo ano. Rapidamente alçado à categoria de “*popstar*” da alta tecnologia, era vendido a US\$ 2.495, 37% menos que o *DynaTAC 8000X*. Entretanto, não bastava comprar o telefone celular, pois era preciso contratar um plano para poder realizar ligações. A quase completa inexistência de concorrência não deixava margem a barganhas. Devido ao alto custo, a utilização particular da telefonia móvel era muito restrita e vista como uma excentricidade de magnatas. A maior fatia do mercado era destinada a setores corporativos. Portanto, não há razão para tentar localizar qualquer traço de jornalismo móvel nos anos 1980.

O cenário tecnológico muda drasticamente na década seguinte, quando a tecnologia digital abre caminho para a segunda geração (2G). O direcionamento básico foi definido pelo padrão GSM (*Global System for Mobile Communications*) desenvolvido na Europa e que logo se tornou o paradigma global. Lançado em 1992 em apenas oito países europeus - Alemanha, Dinamarca, Finlândia, França, Itália, Portugal, Reino Unido, Suécia - o GSM já operava em 103 nações ao final de 1996 (Agar, 2013). Destoavam nesse cenário apenas os Estados Unidos, que decidiram investir noutra tecnologia digital de transmissão: o CDMA (*Code Division Multiple Access*). Aparelhos e planos ainda eram caros no início dos anos 1990, mas a queda dos preços foi constante e rápida devido, principalmente, à concorrência. Fabricantes de dispositivos e companhias telefônicas reduziam os custos para ampliar o volume de potenciais consumidores. Novidades como planos pré-pagos estimulavam o acesso à tecnologia por camadas da sociedade com menor poder aquisitivo. O telefone celular já era um dispositivo com alto grau de penetração em diversas regiões no alvorecer do terceiro milênio. Um ponto crucial da expansão ocorreu em 2003, quando o número de subscrições de telefonia móvel ultrapassou pela primeira vez o total de assinaturas de linhas fixas em escala global (Castells, Fernández-Ardèvol, Qiu & Sey, 2007).

A adoção massiva de telefones celulares teve impacto imediato no jornalismo. Num mundo em que quase todos carregam um aparelho pessoal de comunicação, as fontes de informação estão, obviamente, cada vez mais acessíveis. Igualmente aparelhados, os

repórteres que cobriam os acontecimentos conseguiam se comunicar com mais facilidade com os colegas que também estavam nas ruas e com a redação. O impacto é ainda maior no caso de repórteres de rádio e TV, que podiam transmitir informação sonora ao vivo na programação com o telefone celular. Há, contudo, uma limitação fundamental: o telefone móvel dos anos 1990 era, fundamentalmente, um aparelho de comunicação interpessoal por voz. Portanto, estava longe de ser o “meta-dispositivo” capaz de hibridizar as três dimensões comunicativas que conformam o cenário atual: *self-media*, mídias conversacionais e meios tradicionais (Aguado & Martinez, 2008a).

Ironicamente, o embrião do jornalismo móvel surge quando a voz começa a perder a primazia para o texto nos telefones celulares. O SMS (*Short Message Service*) tornou-se um sucesso a partir da segunda metade da década de 1990 ao permitir o envio de textos de até 160 caracteres de um telefone para o outro. O serviço encontrou grande adesão entre os usuários mais jovens, que logo vislumbraram uma forma simples e mais barata de comunicar com os amigos (Hillebrand, 2010). Algumas empresas jornalísticas e operadoras de telefonia começaram a disponibilizar alertas noticiosos para os assinantes que desejassem aderir ao serviço. Este sistema pode ser genericamente denominado como “*pushed news*” (Fidalgo, 2009; Fidalgo & Canavilhas, 2009) e está centrado no envio de textos curtos ao estilo de “manchetes alargadas”. A quase onipresença de telefones celulares no início dos anos 2000 fomentava uma lógica jornalística básica: levar informação instantânea de elevado valor-notícia a pessoas diretamente interessadas em determinado conteúdo. O SMS tornou-se a materialização do “*breaking news*” na era da mobilidade:

“Quanto mais incerta e inesperada é a informação, mais ela é uma notícia. Neste sentido, toda notícia é alguma coisa que ignoramos e, portanto, não podemos procurar ou demandar. Ela nos é empurrada, como algo que nos golpeia e, frequentemente, vem como uma surpresa: é isto que a torna notícia.”<sup>23</sup> (Fidalgo, 2009, p. 118)

Alguns produtores de conteúdos logo ampliaram a oferta ao disponibilizar uma espécie de “cardápio informativo” para os usuários. Era possível escolher apenas notícias de uma determinada editoria ou até mesmo um nicho, por exemplo, só receber notícias de futebol ou de um determinado time. Em Portugal, consoante ao que ocorreu em outros países europeus, o modelo “*pushed news*” foi bastante explorado por empresas jornalísticas e companhias telefônicas. Entre as emissoras de rádio, a TSF foi uma das primeiras a disponibilizar alertas SMS ajustados às preferências da audiência. Do ponto de vista informacional, as mensagens de texto funcionavam de forma complementar ao noticiário

---

<sup>23</sup> Tradução nossa a partir do original: “The more uncertain and unexpected the information is, the more it is news. In this sense, all news is something that we ignore, and therefore we could not search for or pull it. It is pushed to us, like something that strikes us, and usually comes as a surprise: that is what makes it news.”

radiofônico: “Através das escolhas feitas na assinatura deste serviço, a TSF pode transformar-se num boletim pessoal, disponibilizando os títulos e leads mais importantes” (Cordeiro, 2005).

Os principais canais de televisão portugueses - RTP, SIC e TVI - também aderiram à nova tecnologia em busca de um modelo alternativo de geração de receita (Cardoso e Amaral, 2006). A percepção inicial era de que o envio de alertas poderia ser explorado como um serviço “premium” direcionado a proprietários de telefones móveis. Ricardo Rosa, que no início dos anos 2000 era sub-coordenador da redação on-line da SIC, explicava assim a aposta: “Agora eu posso cobrar se a pessoa quiser receber uma informação de última hora no telemóvel por SMS (...) já é uma forma diferente e já se está a gerar alguma receita com isso.” (citado em Cardoso e Amaral, 2006, p. 7). Contudo, a promessa de lucros não se consolidou nos anos seguintes. Visto sob esta perspectiva, o “*pushed news*” é um modelo ancorado na distribuição e, por isso, pouco se diferencia do sistema *broadcasting*, a não ser por um nível ainda bastante rudimentar de personalização.

O início dos anos 2000 foi marcado, também, pela implantação dos primeiros sistemas de transmissão digital que permitiam, de fato, acessar a internet pelo telefone celular. O padrão GPRS (*General Packet Radio Service*) proporcionava downloads a uma taxa máxima de 171 kbps em circunstâncias ideais, enquanto seu sucessor, o EDGE (*Enhanced Data Rates for GSM Evolution*), elevou a taxa real para 384 kbps (Klemens, 2010). Estes dois padrões são geralmente agrupados numa geração intermediária (2.5G) que aumentou significativamente a capacidade de enviar e receber conteúdos digitais. Na sequência do SMS surgiu o MMS (*Multimedia Messaging Service*) responsável por ampliar as possibilidades para o jornalismo digital ao incluir fotos e vídeos de curta duração no rol de conteúdos móveis.

O passo seguinte foi o desenvolvimento de sites baseados no padrão WAP (*Wireless Application Protocol*) que permitiam a navegação on-line em estruturas gráficas simplificadas. Interfaces WAP eram desenhadas numa época em que a maior parte dos aparelhos não possuía telas tácteis e cuja interação com o conteúdo se dava por meio de pequenos teclados acoplados ao corpo do dispositivo. Recursos como imagem e vídeo ainda eram pouco utilizados, pois a transferência de dados implicava um custo relativamente alto. Apesar das limitações, a alta taxa de utilização de plataformas de e-mail nos telefones celulares deu novo impulso aos já tradicionais *newsletters* digitais. Os conteúdos jornalísticos foram expandidos com os sites WAP desenhados como listas de notícias e os blogs adaptados aos dispositivos móveis, geralmente chamados de “*moblogs*” (Koskinen, 2008).

As alterações na transmissão digital forçaram uma quase simultânea adaptação do hardware. Os aparelhos ganharam telas mais amplas, além de maior capacidade de



processamento e armazenamento de dados. Os telefones celulares começavam a trilhar um caminho sem volta rumo à computação. A tecnologia móvel 2.5G também é marcada por modelos de negócio relativamente fechados, conhecidos como “jardins murados” (*walled gardens*) (Tee, 2005; Ballon, 2009), nos quais as operadoras de telefonia assumiam uma posição dominante, “controlando muitos elementos no interior de sua cadeia de valor, das redes e serviços às aplicações e aos conteúdos”<sup>24</sup> (Feijoó, Maghiros, Abadie & Gómez-Barroso, 2009). Como bem destacam Aguado e Martínez (2008b), os conteúdos baseados em SMS, MMS e interfaces WAP são formatos jornalísticos “primitivos” que atuavam basicamente como extensão de outros meios. Apesar das evidentes limitações tecnológicas e econômicas, naquela época já era possível encontrar as condições iniciais para a constituição do jornalismo móvel.

A terceira geração (3G) consolida a integração da telefonia móvel com as redes digitais, sobretudo com a internet. Apesar de surgir em 2001, demorou alguns anos para que a nova tecnologia atingisse penetração suficiente para despertar a atenção da sociedade. O aumento da capacidade de transmissão de dados - popularmente conhecido pela alcunha de “banda larga” - teve efeito direto sobre todos os setores envolvidos com tecnologias digitais de comunicação. O paradigma “telecom” centrado no serviço de comunicação interpessoal por voz foi rapidamente superado pelo paradigma “datacêntrico” (West & Mace, 2010; Castellet & Feijoó, 2013). É interessante notar que atores institucionais que assumiram protagonismo desde então, como *Google*, *Apple*, *Microsoft* e *Samsung*, nunca foram reconhecidos como empresas de telefonia. Na verdade, são gigantes do setor digital acostumados a lidar com bits e bytes. A porção “fone” do telefone celular passou a ser drasticamente reduzida com a crescente relevância de conteúdos digitais. Neste sentido, o lançamento do *iPhone* em 2007 foi fundamental para o sucesso do 3G, pois o uso efetivo da rede dependia de hardwares e softwares projetados especificamente para suportar as novas demandas.

O jornalismo foi imediatamente “afrontado” pela configuração tecnológica e se viu obrigado a tomar decisões rápidas para atender às demandas de uma sociedade permanentemente conectada à internet (Mielniczuk, 2013). Enquanto ainda tentavam compreender as aceleradas mudanças, os conglomerados midiáticos buscavam encontrar elementos que permitissem explorar as potencialidades do jornalismo móvel. Foi emblemático o lançamento do “*BBC Mobile Style Guide*”, um manual de 84 páginas destinado a designers, desenvolvedores e produtores, cujo objetivo era “delinear os princípios e padrões para a criação de páginas web móveis” (Guyer, Puustinen, Urschbach & Dumitriu, 2009, p. 3). Institutos que monitoram o consumo midiático como o *Pew Research Center*, o *comScore*, o *Nielsen* e o *Reuters Institute for the Study of Journalism*,

---

<sup>24</sup> Tradução nossa a partir do original: “[...] controlling many elements within their value chain, from network and services to applications and content”.

passaram a incluir dados sobre as mídias móveis em seus relatórios. Um ponto exhaustivamente destacado nestes relatórios é o crescente número de pessoas que usam os dispositivos móveis para acessar conteúdos jornalísticos (Mitchell, Rosentiel, Santhanam & Christian, 2012; Newman & Levy, 2014).

O jornalismo móvel atingiu a condição plena com a popularização das redes 3G e dos smartphones, superando os formatos “primitivos” referidos por Aguado e Martínez (2008b). Pela primeira vez foi possível verificar as consequências da mobilidade comunicacional na dinâmica dos processos jornalísticos em todas as suas etapas: produção, edição, circulação e consumo. A rotina de repórteres e editores é alterada, empresas lançam novos produtos para plataformas móveis e a sociedade como um todo se ajusta aos novos hábitos.

Uma nova frente para o jornalismo móvel surge com o lançamento do *iPad*, em 2010, o primeiro tablet a conquistar relevância social e comercial. Com telas bem maiores - 9.7 polegadas contra 3.5 polegadas dos modelos de *iPhone* disponíveis naquela época -, os tablets “podem ser considerados um compromisso entre miniaturização e ergonomia, entre portabilidade e conforto” (Palacios, 2013, p. 4). O novo dispositivo logo atraiu a atenção das empresas jornalísticas, principalmente aquelas historicamente centradas na edição de jornais impressos, ávidas por encontrar caminhos para reverter a perda constante de leitores e anunciantes (Edo, 2013). Entretanto, o desenvolvimento tecnológico não é garantia de retorno e alguns fracassos expõem as incertezas. Uma grande frustração foi a revista digital *The Daily*, lançada em fevereiro de 2011 com design e conteúdo exclusivos para tablets. O empreendimento liderado pelo magnata da mídia Rupert Murdoch teve vida curta, sendo encerrado em dezembro de 2012 por não atingir o número necessário de assinantes para se manter economicamente viável.

Em resumo, o jornalismo móvel surge em sua forma primitiva no início dos anos 2000, numa fase intermediária das redes de transmissão digital (2.5G). Contudo, alcança a plenitude entre 2007 e 2010 amparado em três vetores tecnológicos: a popularização das redes 3G, o lançamento de hardwares que permitiam lidar com o novo paradigma datacêntrico e a emergência de softwares específicos para dispositivos móveis (*mobile apps*). Alguns autores recorrem a termos como “mídia pós-massiva” (Lemos, 2007) ou “jornalismo pós-industrial” (Anderson, Bell & Shirky, 2012) para demarcar as mudanças que são, em grande medida, consequências da mobilidade tecnológica e comunicacional. O prefixo “pós” deve ser compreendido mais como uma transição do que propriamente um novo estado plenamente realizado. Ainda que existam indicações importantes, não há qualquer estabilidade. A própria evolução tecnológica expõe o cenário transitório. As redes de quarta geração (4G), muito mais velozes do que as anteriores, já estão disponíveis em vários países. Enquanto isso, novos hardwares com dimensões intermediárias começam a ganhar destaque e ajudam a lançar ainda mais incertezas. Após o sucesso do *iPad*, empresas como *Samsung*, *Google* e a própria *Apple*, lançaram tablets

menores, com cerca de 8 polegadas. Outra categoria que assume posição relevante é a dos “*phablets*”, aparelhos com tamanho de tela entre 5 e 7 polegadas.

### 1.2.3 Evidências da subárea acadêmica de jornalismo móvel

A legitimidade científica, conforme discutido no início desta seção, é consequência de uma disputa na qual os participantes de um campo procuram estabelecer a relevância de determinados temas, objetos e métodos em relação a outros, considerados menos relevantes ou até mesmo irrelevantes. Portanto, o processo de legitimação depende do envolvimento ativo de investigadores dispostos a travar uma luta político-científica com seus pares a fim de obter reconhecimento.

As evidências de que há um número significativo de acadêmicos engajados na tarefa de firmar o “jornalismo móvel” como subárea nos “estudos do jornalismo” podem ser encontradas nos produtos que dão visibilidade ao esforço empreendido. Os últimos anos foram marcados pelo surgimento de um conjunto relevante de livros - impressos e digitais - que tratam diretamente do jornalismo móvel. São coletâneas organizadas com objetivo de apresentar diferentes abordagens teóricas e metodológicas sobre o novo objeto de estudo. Os títulos não deixam margem a dúvidas sobre o tema central: “Notícias e mobilidade: o jornalismo, na era dos dispositivos móveis” (Canavilhas, 2013), “Jornalismo para tablets: pesquisa e prática” (Paulino & Rodrigues, 2013), “Hacia el periodismo móvil” (Molina, Canavilhas, Prieto, Noriega, & Cobos, 2013), “Jornalismo e tecnologias móveis” (Barbosa & Mielniczuk, 2013), “Jornalismo e mídias móveis no contexto da convergência” (Pellanda e Barbosa, 2014), “Jornalismo para dispositivos móveis: produção, distribuição e consumo” (Canavilhas & Satuf, 2015), “Reflexiones móviles: el periodismo en la era de la movilidad” (Irigaray, 2015).

Outra evidência é a crescente presença de teses de doutorado sobre jornalismo móvel defendidas recentemente na área de Comunicação em diferentes países (Westlund, 2011; Silva, 2013; Rodríguez, 2013; Souza, 2013; Holanda, 2014; Incollingo, 2014; Sigaud-Sellos, 2014). Todo trabalho doutoral pressupõe algum grau de originalidade e inovação para contribuir em determinado domínio do saber. Numa área que ainda luta por legitimidade, além de original e inovadora, a tese tem a missão de se apresentar como um documento de validação paradigmática (ou mesmo epistemológica) perante integrantes da banca julgadora, os “pares-concorrentes” na visão de Bourdieu (1983). De forma semelhante, a busca por reconhecimento também se manifesta em periódicos internacionais com arbitragem científica (*peer-review*). Em 2014, a revista *Sur Le Journalisme* lançou a edição especial “Jornalismo e dispositivos móveis”<sup>25</sup>. No ano seguinte, a revista *Mobile Media &*

---

<sup>25</sup> <http://surlejournalisme.com/rev/index.php/slj/issue/view/6>

*Communication* publicou o dossiê temático “*News consumption in an age of mobile media*”<sup>26</sup>.

Outra importante frente de batalha no processo de legitimação é composta por eventos que reúnem acadêmicos e profissionais. Exemplo significativo é o “Congresso Internacional Jornalismo e Dispositivos Móveis”<sup>27</sup>, com duas edições organizadas em 2012 e 2014 pela Universidade da Beira Interior. Nos Estados Unidos, o *Reynolds Journalism Institute*, ligado à escola de Jornalismo da Universidade Missouri, promoveu, em 2014, a conferência “*Mobile first: navigating multi-screen migration*”<sup>28</sup>. As universidades não são as únicas instituições responsáveis por organizar eventos dessa natureza. A *RTE*, empresa prestadora de serviço público de comunicação na Irlanda, realizou, em 2015, a “*Mobile Journalism Conference*”<sup>29</sup>. A presença de atores ligados à atividade profissional - repórteres, jornalistas, empresários de mídia, etc - é um contributo decisivo para alavancar a visibilidade da subárea no meio acadêmico.

A existência de livros, teses, periódicos e conferências dedicados ao jornalismo móvel não significa que os trabalhos sobre o tema estejam reduzidos a estes espaços. Este seria um cenário pouco produtivo, visto que uma postura endógena não coaduna com os princípios científicos. Na verdade, são muitos os textos que exploram o jornalismo móvel espalhados em obras e congressos que tratam sobre comunicação e jornalismo. Nesta seção, apenas ajustamos o foco na produção específica para demonstrar a força com que emerge o pensamento crítico.

Por fim, todo esse conjunto de evidências conecta-se a um fator decisivo na constituição da subárea: o ensino do jornalismo móvel com pedagogia e metodologia próprias. Uma das iniciativas de maior relevância foi realizada pelo *The Knight Center for Journalism* da Universidade de Texas, nos Estados Unidos. A entidade promoveu, entre junho e agosto de 2014, o Curso On-line Aberto Massivo (ou *MOOC*, na sigla em inglês) “*Introduction to Mobile Journalism*”<sup>30</sup>. As disciplinas abordaram o fluxo de trabalho, o design e o desenvolvimento de produtos voltados para os dispositivos móveis. O projeto ganhou uma versão em português em novembro daquele mesmo ano<sup>31</sup>. Esta não foi a primeira iniciativa da Universidade do Texas no ensino de jornalismo móvel. Desde 2013 a instituição desenvolve o programa “*Mobile News App Design Class*”<sup>32</sup>, que reúne cientistas da computação e estudantes de jornalismo com o objetivo de estimular a inovação em

---

<sup>26</sup> <http://mmc.sagepub.com/>

<sup>27</sup> <http://jdm.ubi.pt/pt/>

<sup>28</sup> <http://www.rjionline.org/mobilefirst>

<sup>29</sup> <http://mojocon.rte.ie/>

<sup>30</sup> <https://knightcenter.utexas.edu/00-15654-sign-now-free-online-course-mobile-journalism-it-11th-mooc-offered-knight-center>

<sup>31</sup> <https://knightcenter.utexas.edu/pt-br/00-15819-inscricoes-abertas-para-novo-curso-online-da-anj-e-do-centro-knight-sobre-jornalismo-movel>

<sup>32</sup> <http://www.utapps.com/>

aplicativos móveis para produção e distribuição de notícias. Outras universidades norte-americanas trilham o mesmo caminho, como a Universidade do Arizona, que passou a oferecer a disciplina “*Mobile Web Apps*”<sup>33</sup> para estudantes de jornalismo.

Numa iniciativa ainda mais ousada, Robert Hernandez, professor da Escola de Comunicação e Jornalismo da *University of Southern California*, incluiu na grade curricular a disciplina “*Glass Journalism*”<sup>34</sup>, cuja meta é aplicar o *Google Glass* às rotinas jornalísticas. Obviamente, a atitude pode despertar desconfiança e ceticismo, portanto, a ousadia do professor Hernandez extrapola a dimensão de uma simples disciplina para se tornar um marco para a subárea. A iniciativa explicita a disposição em estabelecer a relevância do jornalismo móvel, mesmo que seja necessário correr riscos para enfrentar a resistência dos códigos preestabelecidos.

#### 1.2.4 Organização do estudo do jornalismo móvel: objetos e métodos

Apesar de ser uma subárea recente e ainda em constituição, o volume de investigações por si só já é suficiente para tornar esta tarefa árdua e complexa. Não caberia aqui uma sumarização pormenorizada, portanto, optamos por elaborar um breve mapa que permite organizar as pesquisas em torno de três eixos: as rotinas de produção, os produtos e as audiências.

As investigações sobre as rotinas de produção estão centradas na figura do jornalista profissional, mas também incluem estudos que exploram a interferência de atores externos no desenvolvimento da notícia. Uma das linhas com maior visibilidade é aquela que toma como objeto de pesquisa a relação do repórter com as novas tecnologias, prática conhecida pelo acrônimo *MoJo*, derivado de *Mobile Journalism*. Os investigadores buscam compreender como se dá o uso de dispositivos móveis no trabalho de apuração, edição e distribuição de material diretamente do local onde se desenvolve a cobertura (Martyn, 2009; Quinn, 2009; Silva, 2015; Mills, Egglestone, Rashid & Väättäjä, 2012). O instrumental metodológico mais utilizado é a observação direta dos processos de produção associado a entrevistas com os profissionais.

Outra vertente com foco direto no trabalho dos jornalistas explora as alterações ocorridas dentro da redação jornalística em decorrência da mobilidade (Silva, 2014; Barcellos, Gonzatto & Bozza, 2014; Barsoti & Aguiar, 2015). Os interesses principais desta linha são as alterações nos fluxos de trabalho, nas relações de hierarquia e nos processos de convergência profissional. Assim como ocorre com o *MoJo*, as ferramentas de análise incluem observação direta e entrevistas, mas ganha proeminência o caráter etnográfico da

---

<sup>33</sup> <http://web.sbs.arizona.edu/college/news/ua-journalism-school-introduces-new-course-mobile-web-apps>

<sup>34</sup> <http://class.glassjournalism.io/syllabus/J499GlassJournalism-Hernandez-Fa14.pdf>

pesquisa, tal como ocorre na longa tradição de investigação sobre *newsmaking*. Uma terceira via adota como objeto a ação de não-jornalistas nas rotinas produtivas. A investigação se concentra no par colaboração/negociação, ou seja, nos mecanismos criados por repórteres e editores para lidar com a crescente cultura da participação numa era em que cidadãos comuns estão equipados para recolher e distribuir informação (Puustinen & Seppänen, 2011; Sjovaag, 2011). A análise de conteúdos surge como importante aporte metodológico visto que os trabalhos tentam compreender as consequências do uso de materiais produzidos por terceiros na credibilidade jornalística e os constantes dilemas éticos.

Diferente das pesquisas sobre as rotinas produtivas, as investigações sobre os produtos se debruçam sobre a forma e o conteúdo das publicações jornalísticas para dispositivos móveis. A tradição midiológica torna-se explícita no frequente enquadramento de smartphones e tablets como novos meios que estimulam adaptações e inovações nos conteúdos (Westlund, 2010; Barbosa e Seixas, 2013). Um significativo número de pesquisas busca analisar as transformações na linguagem jornalística a partir da exploração sistemática dos aplicativos móveis (Canavilhas, 2009; Canavilhas & Santana, 2011; Pérez, Cantarero & Neira, 2013; Palacios, Barbosa, Silva & Cunha, 2014) e a consequente emergência de gêneros jornalísticos específicos (Colussi, 2013; Seixas, Tourinho & Guedes, 2014). De forma geral, a abordagem metodológica procura atualizar os instrumentos da análise de conteúdos para explorar as características do *medium*.

Outra linha de pesquisa sobre os produtos investiga aspectos relacionados ao design e à interface. Os trabalhos exploram a arquitetura da informação diante das restrições e das potencialidades dos dispositivos móveis. A preocupação engloba desde aspectos materiais elementares, como o tamanho reduzido das telas, até a dimensão sensorial (visual, tátil, sonora, etc) envolvida na construção de conteúdos para smartphones e tablets (Palacios & Cunha, 2012; Burgos, 2013; Rodrigues, 2013). A metodologia busca inspiração direta nos estudos sobre as interfaces e as materialidades, como o design participativo e análise ergonômica.

Um terceiro conjunto de pesquisas do eixo “produtos” lança luz sobre os modelos de negócio no jornalismo móvel. As investigações buscam compreender como os conteúdos desenvolvidos para smartphones e tablets podem viabilizar receitas, seja por meio de sistemas de *paywall*, assinaturas convencionais ou venda de aplicativos nas *app stores* (Canavilhas & Satuf, 2013; Rublescki, Barichello & Dutra, 2013; Aguado & Castellet, 2014). A conexão entre os conteúdos e o mercado estimula o uso de métodos mistos, que podem englobar a economia política da comunicação e abordagens comparativas para relacionar as tecnologias móveis com outros suportes empregados na circulação de conteúdos jornalísticos.

Finalmente, o eixo “audiências” abarca pesquisas com foco no consumo de notícias em dispositivos móveis (Wolf & Schnauber, 2014; Westlund, 2015). Os estudos se dedicam a compreender grupos específicos de usuários (Quadros, Rasêra & Moschetta, 2013; Pato, 2013) ou rotinas gerais de consumo (Chan, 2015; Van Damme, Courtois, Verbrugge & de Marez, 2015) de caráter regional, nacional ou transnacional. O espectro de interesse é amplo o suficiente para agregar aspectos demográficos, a força dos hábitos de consumo midiático e a curva de adoção tecnológica (Thorson, Shoenberger, Karaliova, Kim & Fidler, 2015). Questionários, entrevistas e grupos focais fazem parte do instrumental metodológico tradicional que pode ser utilizado na investigação sobre dispositivos móveis. A estas ferramentas se somam recursos específicos, como aplicativos que rastreiam a ação dos usuários (com o consentimento destes). Enquadramentos clássicos para investigação das audiências, como a Teoria dos Usos e Gratificações (Katz, Blumler & Gurevitch, 1973) e a abordagem da domesticação das tecnologias (Silverstone & Haddon, 1996) são adotados com alguma frequência.

Este mapa resumido da subárea é obviamente simplificado e incompleto. Em primeiro lugar, porque não consegue abarcar todos os objetos e metodologias. Além disso, na prática as pesquisas não possuem fronteiras tão bem definidas. São diversos os exemplos de estudos, muitos dos quais citados acima, que investigam simultaneamente as rotinas produtivas e os produtos, ou os produtos e as audiências. Apesar das evidentes limitações, a organização aqui apresentada permite visualizar melhor a subárea para encontrar tanto as diferenças de abordagem quanto os pontos de interface. Permite, também, enquadrar a presente tese no eixo “produtos” visto que analisa aplicativos móveis agregadores de notícias.

### **1.3 Os aplicativos no ecossistema móvel**

Investigações recentes argumentam que a definitiva digitalização das redes de transmissão e a consequente transformação dos aparelhos telefônicos em tecnologias computacionais estimularam o desenvolvimento de um novo ecossistema móvel (Feijoó, Pascu, Misuraca & Lusoli, 2009; Schultz, Zarnekow, Wulf & Nguyen, 2011; Castellet, 2012; Castellet & Feijoó, 2013). Como qualquer metáfora, o termo “ecossistema” promove analogias semânticas para melhor compreender um determinado fenômeno, no presente caso, a mobilidade comunicacional e midiática. Entretanto, o emprego de metáforas na ciência exige cuidado para evitar imprecisões ou até mesmo o esvaziamento conceitual (Martins & Reis, 2014).

O termo ecossistema foi cunhado nos anos 1930 para descrever as complexas relações entre elementos bióticos (vivos) e abióticos (sem vida) envolvidos em fluxos contínuos de matéria e energia (Willis, 1997). Qual a vantagem de se aplicar este conceito aos estudos midiáticos? A resposta pode ser extraída de duas noções implícitas nesta breve definição:

associação e interdependência. Nenhum elemento de um ecossistema, mesmo o mais singular e excêntrico, deve ser analisado isoladamente porque sua própria existência está condicionada a outros elementos com os quais interage. Ao adotar uma postura holística (macro), mas que não negligencia as singularidades das partes (micro), a abordagem ecossistêmica permite promover a investigação em diferentes escalas. Enquadrar os objetos midiáticos como componentes de um ecossistema ajuda a procurar as vinculações entre os diversos elementos nos mais diferentes níveis, ao invés de isolar as partes como se estas fossem capazes de fornecer todas as respostas.

Há uma tendência natural em assumir o hardware como ponto de partida para analisar as tecnologias móveis. Smartphones e tablets são objetos tangíveis, portanto, explícitos aos nossos sentidos. Sempre que precisamos nos conectar, tanto aos outros quanto aos conteúdos, procuramos pela materialidade presente na forma de um “aparelho”. Contudo, o hardware é apenas um dos componentes do ecossistema, sem dúvida importante, mas que só pode ser compreendido quando associado a outros elementos dos quais é diretamente dependente. Destacamos na seção 1.2 que o telefone celular gradualmente se transformou em uma tecnologia computacional que só pode ser corretamente analisada quando compreendemos outra “espécie” que constitui o ecossistema móvel: o software.

O telefone começou efetivamente a ficar “smart” com o desenvolvimento de um sistema operacional que permitiu ao hardware lidar com códigos e algoritmos, tal como ocorre com os computadores. O primeiro sistema operacional desenvolvido para atender as demandas da emergente rede digital móvel foi o *Symbian*, fruto de um consórcio que envolvia três grandes fabricantes de telefones celulares: *Nokia*, *Ericsson* e *Motorola* (West & Mace, 2010; West & Wood, 2013). Desenvolvido a partir de 1998, atingiu o ápice entre 2002 e 2007, quando a Nokia conquistou a liderança da primeira geração de smartphones. A *Research In Motion Limited (RIM)*, fabricante dos smartphones *BlackBerry*, desenvolveu seu próprio sistema operacional móvel a partir de 2002 e obteve sucesso entre usuários que demandavam um “*business phone*” com um conjunto de ferramentas para organizar as atividades profissionais.

Apesar do sucesso na primeira década do século XXI, o *Symbian* foi descontinuado em 2011 após perder espaço para os concorrentes, sobretudo para o *iOS* (*Apple*) e o *Android* (*Google*), que assumiram o domínio do setor móvel. West e Wood (2013) atribuem a derrocada do *Symbian* à incapacidade demonstrada por seus desenvolvedores em criar um ecossistema móvel sustentável. Em primeiro lugar, o sistema operacional possuía cinco diferentes interfaces, sendo que cada uma funcionava como subplataforma para um conjunto de modelos de smartphones. A dispersão de interfaces impedia o desenvolvimento de aplicações que funcionassem em todos os aparelhos. Além disso, cada dispositivo móvel possuía uma subplataforma pré-instalada que não podia receber



atualizações. Para ter acesso às inovações no software era preciso trocar o hardware, atitude economicamente inviável para a quase totalidade dos usuários.

É importante destacar que o reinado do *Symbian* corresponde ao período dos formatos primitivos do jornalismo móvel, conforme debatido na seção anterior. As limitações tecnológicas que represavam o surgimento de formatos mais sofisticados não estavam restritas à rede de transmissão ou ao hardware, mas igualmente ao software. O lançamento do *iPhone* em 2007 pode ser compreendido como um divisor de águas na história dos smartphones (Ling & Sundsøy, 2010; West & Mace, 2010; Goggin, 2012), mas este fato por si só não explica como chegamos ao que hoje reconhecemos como ecossistema móvel. Duas inovações apresentadas em 2008 relacionadas à distribuição (*App Store*) e ao desenvolvimento de software (*Software Development Kit*) ajudaram a ditar os rumos da comunicação móvel e, por consequência, do campo jornalístico.

Ao contrário de outras fabricantes de hardware, a *Apple* percebeu que precisava fomentar uma demanda permanente que fosse capaz de superar a dimensão material representada pelo *iPhone*. Era necessário criar um desejo por conteúdos móveis a partir de um ecossistema que integrasse hardware, software, desenvolvedores e usuários. A empresa já possuía expertise na distribuição de conteúdo digital em dispositivos móveis. Quando lançou o *iPod*, em 2001, ficou evidente que a venda do aparelho era apenas uma fatia do negócio. As receitas eram geradas continuamente pela aquisição de músicas em formato digital diretamente da *iTunes*, um canal de distribuição controlado pela própria *Apple*.

### 1.3.1 Os elementos do ecossistema móvel

O ecossistema móvel instaurado pela *Apple* a partir do lançamento do *iPhone* possui quatro elementos: hardware, sistema operacional, plataforma de gestão de conteúdos e kit para desenvolvimento de aplicativos. A ausência de qualquer um destes itens modificaria o ecossistema a ponto de torná-lo completamente diferente daquele que conhecemos hoje. Da mesma forma, uma alteração substantiva em um ou mais destes itens é capaz de mudar todo o ecossistema. O primeiro objetivo desta seção é justamente demonstrar como a integração e a interdependência destes elementos em circunstâncias específicas abrem espaço para a emergência e a consolidação de um ecossistema que favorece a proliferação dos *apps*.

Por mais que o adjetivo “inovador” esteja atrelado ao *iPhone* como uma espécie de rótulo, do ponto de vista do hardware apenas duas características merecem receber tal designação. A primeira é a tela tátil que cobre quase integralmente uma das faces do aparelho. A dimensão de 3.5 polegadas já era suficiente para diferenciar o aparelho dos demais concorrentes. Mas havia outras diferenças significativas. Os smartphones precedentes com telas sensíveis ao toque dependiam de *stylus*, pequenas estruturas em

forma de caneta que interagiam com os conteúdos quando a extremidade encostava na superfície da tela. O teclado físico acoplado ao corpo do dispositivo ainda era essencial para que o usuário pudesse controlar todas as funções do dispositivo.

O *iPhone* rompe com esta configuração do hardware ao apostar na intuição sensorial pela manipulação direta da interface com a ponta dos dedos. O teclado virtual surge na parte inferior da tela apenas quando se torna necessário digitar um texto. Além disso, a tecnologia *multi-touch* capacita o uso simultâneo de mais de um dedo sobre a tela, característica que estimula o desenvolvimento de uma nova “gramática gestual” para interagir com os conteúdos (Palacios & Cunha, 2012).

A segunda característica inovadora do hardware é a presença do acelerômetro, sensor que reconhece o movimento do dispositivo para ajustar os conteúdos aos dois modos básicos de visualização: retrato e paisagem. Ao acessar um vídeo, por exemplo, basta “deitar” o smartphone para automaticamente adequar o *player* ao formato padrão dos conteúdos audiovisuais. O *iPhone* encontra uma forma intuitiva para adaptar o dispositivo móvel aos hábitos culturais de consumo impostos por outras telas, como o cinema e a televisão. A evolução dos conteúdos móveis demonstra que o sensor de movimento não é uma característica secundária, pois representa um elemento central para compreender o sucesso de recursos multimídia dependentes de estéticas particulares.

Tanto a tela tátil quanto o acelerômetro permitiram superar algumas das principais limitações físicas ao uso do smartphone como meio de acesso à internet. No entanto, era preciso criar um sistema operacional que aproximasse o dispositivo móvel dos computadores pessoais. Nas tecnologias computacionais o sistema operacional funciona como um intermediário essencial entre hardware e software ao controlar recursos básicos como, por exemplo, o gerenciamento do uso de memória. *Windows* e *Linux* são exemplos bastante difundidos no universo dos PCs. Do ponto de vista do usuário, o sistema operacional age como a interface básica sobre a qual se constrói a experiência de interação.

Ao contrário do *Symbian*, que não possuía lastro em desktops ou notebooks e por isso mesmo enfrentou dificuldades na relação com usuários, a *Apple* decidiu desenvolver o *iOS* a partir do sistema operacional *OS X* da linha *Mac*. A estratégia permitia que usuários e desenvolvedores de softwares para PCs reconhecessem com relativa facilidade as interfaces e as operacionalidades do *iPhone*. Além disso, o *iOS* trazia pré-instalado a versão móvel do *Safari*, *web browser* também disponível nos computadores pessoais desde 2003. “Ao usar o navegador padrão, a tela maior e sensível ao toque que substitui o *mouse*, a *Apple* esperava proporcionar uma experiência de internet móvel mais próxima de

um PC do que qualquer telefone celular anterior”<sup>35</sup> (West & Mace, 2010, p. 276). Juntos, hardware e sistema operacional começam a revelar os contornos básicos do ecossistema móvel. Contudo, qualquer análise seria parcial e imprecisa sem a presença de outros dois elementos: *App Store* e *SDK*. São estes os grandes responsáveis por fomentar a proliferação exponencial de *apps* nos dias atuais.

A *App Store* é uma plataforma de distribuição de aplicativos lançada em julho de 2008 ao mesmo tempo em que era divulgada ao público a terceira geração do smartphone (*iPhone 3G*). Trata-se de um sistema de gestão de conteúdo responsável por mediar as relações entre produtores e consumidores no ecossistema móvel (Aguado, 2013). Cada usuário possui *login* e senha pessoais que permitem o download de aplicativos a partir de um único local. Diferente do sistema de subplataformas do *Symbian*, a *App Store* fornece um mecanismo de distribuição que abarca todos dispositivos do sistema operacional *iOS* (West & Mace, 2010). Tal estratégia permite que os proprietários de *iPhone* e *iPad* de qualquer geração estejam integrados a um mesmo ecossistema. A *App Store* é um elemento estável diante da evolução permanente do hardware e do sistema operacional.

De forma resumida, pode-se dizer que os softwares estão armazenados em um servidor central que permite ao usuário filtrar os aplicativos e adquiri-los com extrema agilidade e segurança. Muitos *apps* são gratuitos, mas aqueles que possuem custo podem ser comprados rapidamente com um sistema de faturamento direto que funciona a partir de um cartão de crédito pré-registrado pelo usuário. Para o usuário o benefício é claro: em poucos segundos o aplicativo está disponível para o uso. A *Apple* obtém retorno financeiro ao reter uma parcela de todas as transações realizadas, geralmente em torno de 30%. Por sua vez, os desenvolvedores de aplicativos concordam em abrir mão de uma fatia significativa do lucro em troca do ganho de visibilidade propiciado pelo canal de distribuição privilegiado (Castellet, 2012).

O sistema de gestão de conteúdos se relaciona diretamente com outro elemento do ecossistema móvel: o *Software Development Kit*, habitualmente referido pela sigla *SDK*. Em março de 2008, quatro meses antes de inaugurar a *App Store*, a *Apple* disponibilizou uma plataforma para que desenvolvedores de software tivessem acesso às ferramentas necessárias à criação de aplicativos para o sistema operacional *iOS*. Ali estavam reunidas todas as informações sobre códigos de programação, requisitos do sistema e elementos da

---

<sup>35</sup> Tradução nossa a partir do original: "By using the standard browser, the larger screen and a touchscreen replacing a mouse, Apple hoped to provide a mobile Internet experience closer to a PC than any previous mobile phone."

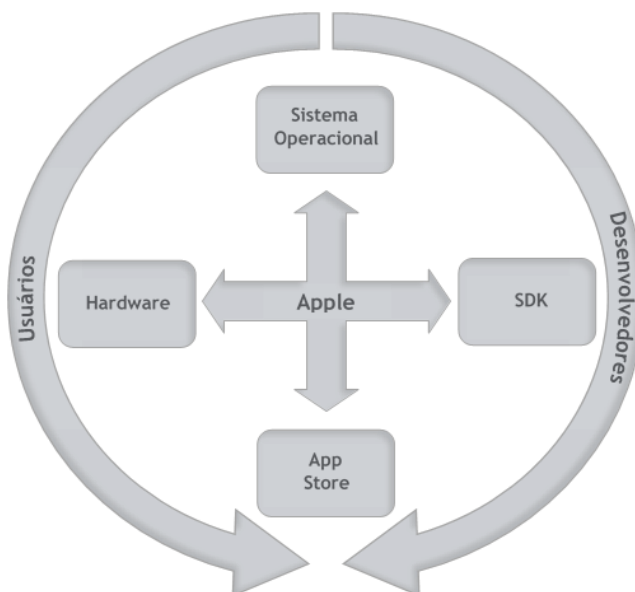
interface para que qualquer empresa ou programador interessado pudesse explorar novas potencialidades relacionadas ao software na comunicação móvel.

O *SDK* abriu as portas para uma demanda até então reprimida do ponto de vista da criação. Smartphones e sistemas operacionais anteriores criavam diversas barreiras para que novos softwares pudessem chegar aos usuários finais (West & Wood, 2013). O lançamento do *Software Development Kit* estimulou desde grandes empresas como a *Adobe* até pequenas *startups* do *Silicon Valley* a produzirem uma infinidade de *apps* que, em pouco tempo, assumiram um papel determinante para o desenvolvimento das tecnologias móveis. West e Mace (2010) relatam que seis meses após o lançamento da *App Store* havia 15 mil aplicativos disponíveis e o número de downloads alcançava os 500 milhões. Três meses depois havia 30 mil *apps* e os downloads chegavam à surpreendente marca de 1 bilhão<sup>36</sup>. Como veremos adiante, estes dados são muito modestos quando comparados com o posterior desenvolvimento do setor.

A figura 1 apresenta o diagrama básico do ecossistema móvel implementado pela *Apple*. Quatro elementos tecnológicos - hardware (*iPhone*), sistema operacional (*iOS*), *App Store* e *SDK* - se inter-relacionam e representam os pontos de acesso para atores individuais e corporativos, sejam estes usuários ou desenvolvedores. A *Apple* ocupa o espaço central por deter o controle sobre todos os elementos com os quais os demais atores vão interagir. É a empresa que determina quando e de que forma o hardware, o sistema operacional e o *SDK* serão alterados. A experiência dos usuários geralmente começa no hardware, o *iPhone* como materialidade tecnológica, enquanto os desenvolvedores se relacionam primordialmente com o *SDK*. O software como elemento determinante do paradigma datacêntrico faz com que todos os atores transitem necessariamente pelo sistema operacional e pela *App Store*.

---

<sup>36</sup> Coerente com a redação da tese, o “bilhão” aqui referido adota o padrão brasileiro (10<sup>9</sup>), o que equivale a “mil milhões” no padrão português.



**Figura 1:** Ecossistema móvel desenvolvido pela *Apple*

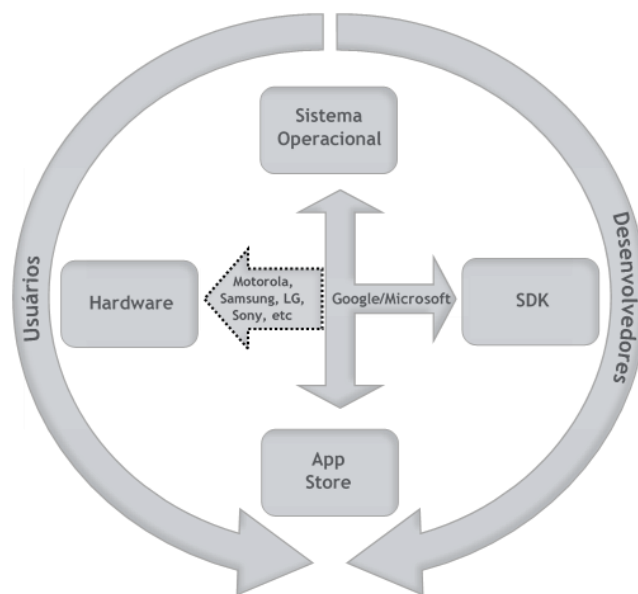
Fonte: Elaborado pelo autor

A lógica de interdependência inerente ao ecossistema é inequívoca. Uma inovação significativa no *iPhone* implica a necessária adaptação do *iOS* com reflexos imediatos sobre a plataforma para desenvolvimento de software. Os desenvolvedores devem se ajustar aos novos padrões e os usuários logo encontrarão novos aplicativos disponíveis na *App Store*, que funciona como interface mediadora, um ponto de encontro entre os interesses de produtores e consumidores. A aparente distância entre usuários e desenvolvedores é refutada na perspectiva ecossistêmica. O que existe de fato é uma negociação constante que interfere na constituição dos *apps*. Um exemplo bastante atual é a disseminação de aplicativos de mídia social (*social media apps*) como *Instagram*, *Snapchat* e *Periscope* resultantes do interesse mútuo dos atores e dos horizontes tecnológicos disponíveis.

Apesar do caráter inovador e à primeira vista eficiente do ecossistema móvel da *Apple*, há um relevante conjunto de críticas sobre os limites impostos a usuários e desenvolvedores. As principais considerações questionam a transparência do sistema de acesso aos *apps*. Todo aplicativo disponível na *App Store* é previamente examinado pela *Apple* antes de ficar acessível ao público. Aqueles que não se adequam às regras da companhia são rejeitados, indicando a presença de filtros de controle que refletem interesses econômicos e políticos ocultos para a maior parte da sociedade (Goggin, 2011). Tal controle pode assumir o caráter de censura a determinados formatos e conteúdos que são sumariamente barrados por decisão unilateral (Matviyenko, 2014).

Mesmo diante das críticas, o modelo criado pela *Apple* mostrou-se bastante adequado ao paradigma datacêntrico e serviu como inspiração para os concorrentes. A *BlackBerry*

seguiu uma abordagem bastante semelhante à do *iPhone* ao desenvolver um sistema operacional (*BlackBerry 10*) e uma loja de aplicativos (*BlackBerry World*) que só podem ser utilizados nos aparelhos produzidos pela própria empresa. Outras companhias adotam uma postura diferente ao promover uma separação entre fabricantes de hardware e desenvolvedores de software (figura 2). O *Google* criou o sistema operacional móvel *Android* e a loja de aplicativos *Google Play*, enquanto a *Microsoft* desenvolveu o *Windows Phone* com a plataforma de aplicativos homônima. Estes dois sistemas operacionais estão disponíveis em diferentes fabricantes de hardware<sup>37</sup>, como *Motorola*, *Samsung*, *LG*, *Sony*, *Nokia* e *HTC*.



**Figura 2:** Ecossistema móvel desenvolvido por *Google* e *Microsoft*

Fonte: Elaborado pelo autor

Nota-se que os quatro elementos tecnológicos básicos permanecem presentes nas figuras 1 e 2: hardware, sistema operacional, *App Store*, *SDK*. A replicação deste modelo revela que o ecossistema é fortemente influenciado pelo que Ballon (2009) denomina “plataformização” das tecnologias de informação e comunicação, segundo a qual poucas companhias líderes constroem modelos de negócio em torno de plataformas que permitem controlar uma ampla cadeia de valor. A expansão da comunicação móvel aponta para a consolidação dos sistemas operacionais *iOS* e *Android* como líderes de mercado que

---

<sup>37</sup> Cabe ressaltar que a *Google* possui sua própria linha de smartphones e tablets: a *Nexus*. Igualmente relevante foi a negociação ocorrida em 2014, que tornou a *Nokia* uma subsidiária da *Microsoft*.

tendem a se distanciar dos concorrentes à medida em que o sistema se desenvolve (Tseng, Liu & Wu, 2014).

Enquanto o potencial do *iOS* fica evidente diante do pioneirismo do *iPhone* e da estratégia de controle associada à qualidade dos produtos desenvolvidos pela *Apple*, o sucesso do *Android* pode ser atribuído ao caráter “*open source*” adotado pelo *Google* (Kaur & Sharma, 2014). A política de código aberto atrai muitos fabricantes de hardware e, conseqüentemente, permite ao sistema operacional estar presente em dispositivos das mais diversas gamas de preço. O “confinamento” do *iOS* em aparelhos produzidos pela *Apple* se contrapõe ao “espalhamento” do *Android* em inúmeros modelos de diferentes fabricantes. O caso norte-americano é emblemático: enquanto o *iPhone* é o aparelho mais difundido nos Estados Unidos, representando 42,6% dos smartphones em uso, o *Android* lidera o ranking com 52,6% de penetração no total de aparelhos (comScore, 2015).

### 1.3.2 Aplicativos móveis

Tanto as *app stores* quanto os *SDKs* demonstram que o ecossistema móvel está diretamente vinculado ao desenvolvimento de aplicativos. A transformação dos antigos telefones celulares em smartphones só foi possível com a presença de softwares que permitiram ao hardware desempenhar funções que vão muito além da telefonia. Mas, afinal, o que é um aplicativo móvel? Numa resposta direta, pode-se dizer que o *mobile app* é um software desenvolvido com o propósito único de operar em smartphones e/ou tablets. Ao contrário da elevada capacidade de processamento de desktops e notebooks, os *apps* precisam ser ajustados para atender as necessidades de sistemas menos potentes e orientados a um uso imediato e simplificado.

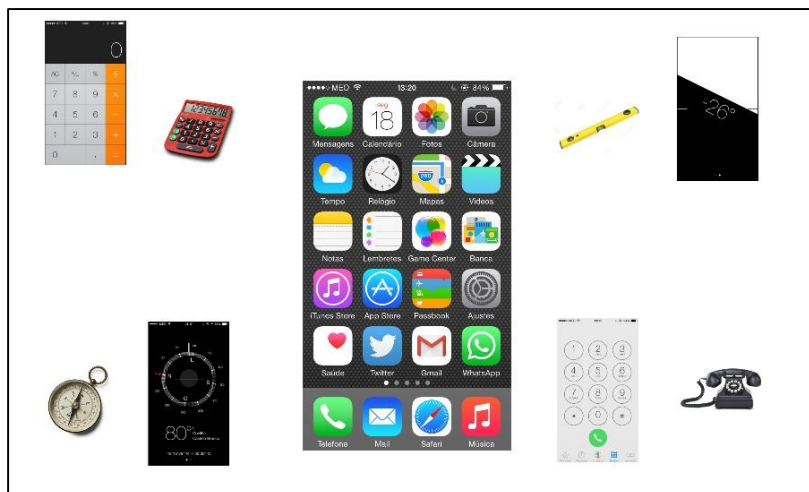
“Um app é um aplicativo de software abreviado - figurativa e literalmente, linguística e tecnicamente: apps são pequenos programas - pedaços de software projetados para aplicar o poder do sistema computacional a um propósito particular. Enquanto a elegância do código sempre foi uma preocupação da comunidade ligada à informação e à tecnologia, os designers de apps fizeram da elegância uma prioridade de modo a usar o espaço limitado em seus dispositivos de forma mais eficaz ao mesmo tempo adaptando a utilidade destes dispositivos às suas necessidades pessoais e profissionais.”<sup>38</sup> (Matviyenko, 2014, p. xvii-xviii).

Os aplicativos surgem diante dos usuários de forma muito natural como pequenos ícones capazes de realizar tarefas específicas. “Os apps que selecionamos em uma loja on-line

---

<sup>38</sup> Tradução nossa a partir do original: “An app is an abbreviated software application - figuratively and literally, linguistically and technically: apps are small programs - pieces of software designed to apply the power of a computing system for a particular purpose. While elegance in code has always been a preoccupation for the information-technology community, app designers made elegance a priority in order to use of the limited space on their devices more effectively while also tailoring the utility of those devices to their specific personal and professional needs”.

trazem vida aos nossos dispositivos. Eles são rápidos e imediatos. Esta é uma mudança considerável em relação ao esforço complicado e moroso necessário para instalar um software num PC”<sup>39</sup> (Bloem, van Doorn, Duivestijn, Sjöström, 2012, p. 17). A aparente simplicidade tem consequências que vão muito além da tecnologia propriamente dita. Numa análise mais atenta à dimensão social, cada *app* representa a relação entre o código computacional e a cultura ao conduzir o software para a vida cotidiana de uma forma sem precedentes (Purcell, Entner & Henderson, 2010). “Toda vez que você toca num *app*, está basicamente tocando apenas numa metáfora, um canal dentro de um sistema operacional vinculado a metáforas sobre as equações descortinadas que definem os dados que você vê na tela”<sup>40</sup> (Miller, 2014, p. xi). É a dimensão metafórica dos aplicativos que nos permite “transformar” o dispositivo móvel em telefone, calculadora, bússola ou régua de nível com um único toque (figura 3).



**Figura 3:** A dimensão metafórica dos aplicativos móveis exemplificada no sistema operacional iOS

Fonte: Elaborado pelo autor

A naturalização do uso ajuda a ocultar as complexas operações metafóricas que decorrem na palma da mão. Mesmo sem perceber, “cada novo app transforma seu telefone”<sup>41</sup> (Merrin, 2014, p. 35) em frações de segundo, o que inscreve o hardware imediatamente numa nova teia de relações físicas e sociais. De acordo com Goggin (2011), os aplicativos têm forjado uma metamorfose da noção de dispositivo móvel quando “torna possível

<sup>39</sup> Tradução nossa a partir do original: “The apps that we select from an online store bring our display devices to life. They are fast and immediate. It is a considerable shift from the elaborate and time-consuming effort needed to install software on a PC.”

<sup>40</sup> Tradução nossa a partir do original: “Every time you touch an app, you are basically just touch a metaphor, a conduit into an operating system linked on metaphors about the unfolding equations defining the data you see on screen”.

<sup>41</sup> Tradução nossa a partir do original: “Every new app changes your phone”.



imaginar e fazer coisas com um telefone celular que jamais foram associadas com esta tecnologia”<sup>42</sup> (p. 151).

A união entre a ilimitada criatividade dos desenvolvedores e os interesses econômicos e políticos capitaneados por empresas e governos estimula o crescimento exponencial do número de *apps*. Em janeiro de 2015 os usuários do sistema operacional *iOS* tinham 1,4 milhão de aplicativos à disposição na *App Store* (Apple, 2015). Estima-se que o total de *apps* na *Google Play* seja ainda maior devido à configuração “*open source*” do *Android* e ao menor controle de acesso implementado pelo *Google* em comparação à *Apple*. O enorme volume de aplicativos e a inovação constante conduzem ao ambiente extremamente heterogêneo e fragmentado dos conteúdos móveis (Feijoó, Maghiros, Abadie & Gomez-Barroso, 2009; Scolari, Aguado & Feijoó, 2012).

O avanço do ecossistema móvel age como força motriz de um enorme mercado global batizado de “*app economy*” responsável por movimentar bilhões de dólares (OECD, 2013; Mulligan & Card, 2014; Goldsmith, 2014). Apenas uma parte das receitas é consequência da venda direta de aplicativos, sendo que uma fatia relevante é proveniente de vendas realizadas dentro dos próprios aplicativos. Um *app* cujo download é gratuito, por exemplo, pode fornecer acesso a conteúdos e serviços pagos. Esta é uma característica bastante comum entre aplicativos de jornais e revistas digitais que não exigem pagamento para instalação, mas buscam receitas com a venda de exemplares únicos ou assinaturas por determinado período. Outra estratégia muito utilizada para obter retorno financeiro é a inserção de publicidade.

O crescimento das receitas estimula a criação de empregos diretos e indiretos. Estimativas apontam que o número de postos de trabalho relacionados ao desenvolvimento de aplicativos na Europa tem potencial para saltar de 1,8 milhão em 2013 para 4,8 milhões em 2018 (Mulligan & Card, 2014). O avanço da *app economy* como um fenômeno relacionado ao ecossistema móvel tem gerado tensões entre interesses públicos e privados responsáveis por mobilizar governos e empresas privadas no debate sobre a regulamentação do setor. Uma das questões mais importantes é o uso que diversos *apps* fazem de dados pessoais dos usuários, por vezes sem o consentimento dos mesmos (OECD, 2013).

Paralelamente ao debate regulatório, a avalanche de *apps* parece prosperar num cenário em que a produção de conteúdos para nichos de mercado encontra mecanismos tecnológicos adequados. Em oposição à cultura massiva, Chris Anderson (2006) apresenta a emergência de um vigoroso mercado digital amparado em três pilares: democratização das

---

<sup>42</sup> Tradução nossa a partir do original: “[...] can make it possible to imagine and do things with a mobile phone that were previously never associated with the technology.”

ferramentas de produção, mecanismos igualitários para distribuição e canais eficientes entre oferta e demanda. O ecossistema móvel supre com relativa eficiência esta configuração, entretanto, o efeito colateral é a proliferação desenfreada de aplicativos que não encontram demanda. Tal problema leva ao crescimento dos “apps zumbis” (*zombie apps*) que não conseguem atrair a atenção do público.

Apps zumbis são aplicativos que não estão visíveis na loja, uma vez que não ocupam uma única classificação em qualquer *top list* mundial. Isto significa, por um lado, que os usuários não podem encontrar o app organicamente, navegando por listas de categorias - ao invés disso, só conseguem encontrá-lo buscando por um tipo específico de app ou procurando diretamente pelo nome.<sup>43</sup> (Adjust, 2015, p.1).

Os mecanismos atuais de classificação e busca surgem como obstáculos ainda longe de ser superados no ecossistema móvel. Há um desencontro provocado pela elevada capacidade de produção e a ineficiência dos filtros tecnológicos à disposição dos consumidores. Como explica Anderson (2006), “a simples oferta de maior variedade, contudo, não é suficiente para deslocar a demanda. Os consumidores devem dispor de maneiras para encontrar os nichos que atendem às suas necessidades e interesses particulares” (p.51). Dados relativos a dezembro de 2014 revelavam que cerca de 80% dos aplicativos disponíveis para o sistema operacional *iOS* podiam ser enquadrados como “apps zumbis” (Adjust, 2015). À imagem e semelhança dos mortos-vivos da ficção, tais aplicativos encontram-se no meio do caminho: existem sem de fato existir. Esse é um problema para todos os desenvolvedores, mas que se torna ainda mais significativo para aqueles cuja meta central é obter retorno financeiro.

Juntos, a consolidação do ecossistema móvel e a expansão da *app economy* têm profundas repercussões sociais. Gardner e Davis (2013) postulam o surgimento da “geração *app*” (*app generation*) formada, sobretudo, por usuários jovens que não estão apenas imersos nos *apps*, mas que aprendem a enxergar o mundo “através” dos *apps*. Neste sentido, os softwares instalados nos dispositivos móveis são mais do que meras ferramentas, constituindo-se como verdadeiros elementos estruturantes do pensamento. A tese desenvolvida pelos autores advoga a ação dos aplicativos nas dimensões cognitivas, sociais e emocionais de toda uma geração que desde cedo se relaciona com os pequenos ícones coloridos que surgem na tela dos smartphones e dos tablets.

Um dos melhores exemplos está na forma como percebemos e interagimos com o espaço físico a partir dos *apps*. Hoje, em vez de lidar com interações sociais face a face para

---

<sup>43</sup> Tradução nossa a partir do original: “Zombie apps are apps that are not visible in the store, as they occupy not a single ranking in any top list worldwide. This means, on the one hand, that users cannot find the app organically, by browsing category lists - instead they can only find it by searching for a specific type of app, or by finding the app directly by name”.

pedir informações, com mapas impressos e com a própria percepção sensorial para buscar informações sobre uma determinada rota dentro da cidade, as pessoas podem recorrer ao dispositivo móvel. O aparelho recebe dados via satélite que fornecem a localização exata por GPS e apresentam caminhos precisos em mapas com elevado grau de detalhamento capaz de alertar, inclusive, sobre possíveis obstáculos no trajeto. São muitas as possibilidades e combinações de aplicativos: o *Foursquare* pode indicar lugares, o *Google Maps* imediatamente fornece percursos e o *Waze* mostra como está o trânsito em tempo real.

Tudo parece muito bem, mas a navegação livre de erros oculta um risco: “quando permitimos que os apps restrinjam ou determinem nossos procedimentos, escolhas e metas, nos tornamos *app-dependentes*”<sup>44</sup> (Gardner e Davis, 2013, p. 10). Uma solução, segundo os autores, seria desenvolver *app-capacitadores* (*app-enabling*) que nos encorajam a seguir novas possibilidades relacionadas à experiência off-line ou aprender a nos relacionar melhor com os *apps* existentes. Assim, *Foursquare*, *Google Maps* e *Waze* podem ser consideradas *app-capacitadores*, desde que os usuários compreendam seus mecanismos e saibam explorar novas potencialidades associadas aos aplicativos.

Onipresentes e diretamente vinculados aos nossos sentidos, os aplicativos móveis representam a mais recente fronteira do que Manovich (2013) denomina “softwarização” da cultura (“*softwarization*” of culture). O neologismo descreve um fenômeno iniciado na década de 1960, quando a informática e o pensamento computacional começam lentamente a se integrar ao cotidiano. Meio século depois, pode-se afirmar que o software se apresenta hoje como uma camada permanente a cobrir as mais diversas áreas da sociedade contemporânea. É possível encontrar nesta concepção os ecos do pensamento da teoria do *medium* de Harold Innis e Marshall McLuhan, conforme apresentado na seção 1.1:

O software tornou-se a nossa interface com o mundo, com os outros, com nossa memória e imaginação - uma linguagem universal através da qual o mundo fala e um mecanismo universal pelo qual o mundo opera. O que a eletricidade e o motor de combustão representaram para o começo do século XX, o software é para o início do século XXI.<sup>45</sup> (Manovich, 2013, p. 2)

---

<sup>44</sup> Tradução nossa a partir do original: “[...] when we allow apps to restrict or determine our procedures, choices, and goals, we became app-dependent”.

<sup>45</sup> Tradução nossa a partir do original: “Software has become our interface to the world, to others, to our memory and our imagination - a universal language through which the world speaks, and a universal engine on which the world runs. What electricity and the combustion engine were to the early twentieth century, software is to the early twenty-first century”.

A evolução da comunicação móvel ajuda a consolidar os aplicativos como interfaces cada vez mais importantes para a interação e a sociabilidade. Basta ver como o *Facebook*, maior rede social on-line da atualidade, assume-se cada vez mais como uma plataforma móvel centrada no uso intensivo do aplicativo (Goggin, 2014). Outros *apps* de interação social com milhões de usuários em todo o mundo, como *WhatsApp*, *Instagram* e *Snapchat*, ajudam a sustentar esta linha raciocínio.

Os meios de comunicação são elementos diretamente vinculados à cultura que rapidamente se integraram a este amplo movimento de digitalização. Uma das principais consequências desta trajetória rumo ao digital é a transferência das técnicas e das interfaces das formas midiáticas preexistentes para o software. A fotografia, a página do jornal impresso, o programa do rádio e da televisão, formatos que dependiam de condições físicas específicas de inscrição ou transmissão, hoje podem ser digitalizados, ou seja, podem ser representados numericamente por meio de bits e bytes, permitindo a manipulação algorítmica (Manovich, 2001). De acordo com Merrin (2014), a mídia está inserida num amplo e acelerado processo de “digitalfagia” em que as tecnologias computacionais “engolem” os meios de comunicação de massa e provocam alterações significativas em todo o sistema. À medida em que o software invade nossas vidas na forma de aplicativos móveis, torna-se necessário compreender os *apps* como fator determinante para os rumos do jornalismo contemporâneo.

Alguns dados sobre o consumo de notícias em dispositivos móveis corroboram a importância dos aplicativos. Segundo relatório do *Pew Research Center*, dados coletados em janeiro de 2015 demonstravam que 39 entre os 50 principais canais de informação jornalística em língua inglesa registraram mais tráfego on-line por meio de smartphones e tablets do que por PCs (Mitchell, 2015). Entre os veículos com maior audiência móvel, havia empresas tradicionais do sistema *broadcast*, como *CNN* e *New York Times*, e canais que já nasceram no mundo digital, a exemplo do *Huffington Post*. Em uma pesquisa que agrega informação sobre uso de tecnologias móveis em dez países, o *Reuters Institute for the Study of Journalism* encontrou resultados igualmente reveladores: “Em média, um quinto (20%) de todos os usuários de dispositivos digitais disseram que o smartphone é agora o seu caminho principal de acesso a notícias on-line, com 10% usando o tablet como seu principal ponto de acesso”<sup>46</sup> (Newman & Levy, 2014, p.9). Num cenário em que a televisão e os computadores (desktop e notebook) continuam relevantes, não se pode desprezar a sinalização de que praticamente um terço dos consumidores dá prioridade aos dispositivos móveis.

---

<sup>46</sup> Tradução nossa a partir do original: “On average a fifth (20%) of all users of digital devices say that the smartphone is now their main way of accessing online news, with 10% using the tablet as their primary access point”.

Para evitar equívocos, é preciso destacar que nem todos os usuários usam aplicativos para acessar notícias, pois também cresce rapidamente o número de sites com design responsivo. Desenvolvido em linguagem de codificação HTML5, o design responsivo permite que o conteúdo se adapte imediatamente aos mais diversos formatos de tela, o que remete à tradicional navegação por web browser. *Apps* e sites em HTML5 apresentam propostas diferentes, com potencialidades e deficiências que devem ser levadas em conta tanto por desenvolvedores quanto por consumidores (Aguado & Castellet, 2013). Aplicativos usam com maior eficiência as características do hardware, mas exigem maior esforço de produção, o que impacta no custo financeiro para o desenvolvedor. Já o design responsivo onera menos o produtor e favorece a experiência multiplataforma, mas, por esta razão, torna-se “opaco” ao *medium* ao deixar de explorar as funcionalidades do hardware.

Levantamento divulgado em 2012 revelava que o consumo de notícias em mobilidade era maior em web browser do que nos aplicativos (Mitchell, Rosentiel, Santhanam & Christian, 2012). Entretanto, os usuários que preferiam os *apps* demonstravam maior engajamento com conteúdos jornalísticos, com maior volume de leitura de manchetes e artigos longos, além de demonstrarem maior disposição em consumir conteúdos pagos. Estes dados parecem indicar que os aplicativos capacitam uma experiência melhor adaptada aos dispositivos móveis. A maior disposição inicial no uso de web browser remete ao costume transposto dos computadores pessoais, entretanto, à medida que os usuários aprendam a lidar com hardwares e softwares móveis, os *apps* tendem a prosperar.

O desenvolvimento do jornalismo móvel demonstra que as empresas optam por desenvolver tanto *apps* quanto sites responsivos para atingir o maior número possível de usuários. Os aplicativos de notícias estão presentes desde a emergência das *app stores*, em 2008, mas o cenário inicial demonstrava pouca inovação em relação ao conteúdo então disponível no webjornalismo tradicional (Canavilhas, 2009, p. 67). Os anos seguintes foram marcados pela “emancipação” dos conteúdos, com o lançamento de versões dos aplicativos que exploravam as potencialidades da comunicação móvel (Canavilhas & Santana, 2011). Apesar dos avanços, o jornalismo móvel parece ainda não ter saído da adolescência. A produção de aplicativos permanece marcada pela intensa experimentação de formatos e modelos de negócio, seja por parte dos tradicionais grupos midiáticos (Canavilhas & Satuf, 2013; Rublescki, Barichello & Dutra, 2013; Palacios, Barbosa, Silva & Cunha, 2014) ou de startups que tiram proveito da expertise tecnológica (Annany & Crawford, 2014; Pontin, 2014).



# Capítulo 2 - Agregadores de notícia

## Introdução

O objetivo geral deste capítulo é apresentar a evolução dos agregadores de notícia em ambiente digital. O texto percorre uma trajetória cronológica que vai desde a origem do fenômeno no final dos anos 1990, voltado para o consumo de notícias no computador pessoal, até a ainda recente adaptação dos sistemas de agregação aos dispositivos móveis. A seção 2.1 começa por apresentar um relato histórico conduzido a partir de uma sugestão de tipologia que divide a agregação web em quatro categorias: automática, social, profissional e mista. A seção 2.2 debate os principais dilemas sobre a agregação de notícias, que surgem condensados em um conjunto recorrente de críticas: o consumo autorreflexivo, as supostas infrações legais, o isomorfismo e a degradação do conteúdo. Finalmente, a seção 2.3 analisa a emergência dos aplicativos agregadores de notícias para dispositivos móveis.

### 2.1 Agregadores de notícia: origens e tipologia

“Informação” sempre foi uma palavra-chave repleta de significados no universo digital. A popularização e o crescimento exponencial da *World Wide Web* na década de 1990 ajudou a fomentar uma série de metáforas que ainda hoje influenciam a forma como concebemos e idealizamos a comunicação on-line. Uma das figuras de linguagem mais influentes foi cunhada por Nicholas Negroponte, co-fundador do *MIT Media Lab* e um dos mais influentes pensadores da cultura digital no final do século XX. Para ele, a internet era uma “autoestrada da informação” pela qual transitavam bits “à velocidade da luz” (Negroponte, 1995, p. 12).

A metáfora da autoestrada mostrou-se eficiente por ir direto à essência da web e sua estrutura baseada em comutação por pacotes de dados. A informação transformada em bits pode ser agrupada e transferida rapidamente de um computador para o outro sem qualquer perda de qualidade. Entretanto, como a semântica é governada pela associação, autoestrada e velocidade imediatamente remetem a outros dois conceitos que logo foram promovidos ao centro do debate: fluxo contínuo e tráfego.

Portanto, anos antes do surgimento da conexão por banda larga e do atual debate sobre *Big Data*, as pessoas começaram a se perguntar como era possível sobreviver em um mundo “inundado” de informação. Não foi a primeira vez - e provavelmente não será a última - em que esta ansiedade se fez presente. Trata-se, na verdade, de um problema recorrente na história das tecnologias comunicacionais. Em meados do século XX,

Lazarsfeld e Merton (1957) denominaram “disfunção narcotizante” o suposto efeito nocivo do excesso de notícias que os meios de comunicação de massa despejavam sobre a audiência: “A exposição a esta enxurrada de informação pode servir para narcotizar ao invés de dinamizar o leitor ou ouvinte habituais”<sup>47</sup> (p. 464). Posteriormente, o economista Hebert Simon (1971) inaugurou o campo multidisciplinar da “economia da atenção” ao postular que “uma riqueza de informação cria uma pobreza de atenção e uma necessidade de alocar esta atenção eficientemente em meio à superabundância de fontes de informação que podem consumi-la”<sup>48</sup> (pp. 40-41).

Se o fluxo contínuo e o tráfego intenso de dados são percebidos como efeitos colaterais da vida on-line, é preciso encontrar soluções tecnológicas que permitam organizar e distribuir informação de forma ágil e organizada. Os agregadores surgem para tentar solucionar o problema, mas se tornam eles próprios um tema de investigação acadêmica na medida em que se revelam sistemas complexos que influenciam o fluxo de informação jornalística. Segundo Hanff (2009), “agregadores de notícias combinam software e práticas jornalísticas para habilitar os usuários de computadores a coletar notícias e outras informação assim que estas são publicadas, e a organizar a informação de forma específica e personalizada”<sup>49</sup> (p. 950). Com base nas características tecnológicas, apresentamos a proposta de divisão dos agregares em quatro categorias: automática, social, profissional e mista (quadro 1).

TIPO DE AGREGAÇÃO	SISTEMA DE AGREGAÇÃO	FILTRO PRINCIPAL	EXEMPLOS DE AGREGADORES
Automática	Indexação direta	Algoritmo determinístico	- RSS Feed - Google News - My Yahoo!
Social	Colaborativo	Usuário	- Reditt - Digg - Slashdot
Profissional	Centralizado	Jornalista/Especialista	- Huffington Post - Drudge Report - BuzzFeed
Mista	Híbrido	Algoritmo randômico	- Facebook - Google + - YouTube

**Quadro 1:** *Classificação de agregadores de notícias*

Fonte: Elaborado pelo autor

<sup>47</sup> Tradução nossa a partir do original: “Exposure to this flood of information may serve to narcotize rather than to energize the average reader or listener”.

<sup>48</sup> Tradução nossa a partir do original: “Hence a wealth of information creates a poverty of attention, and a need to allocate that attention efficiently among the overabundance of information sources that might consume it”.

<sup>49</sup> Tradução nossa a partir do original: “News aggregators combine computer software and journalistic practices to enable online computer users to collect news stories and other information as that information is published and to organize the information in a specific, personalized manner.”



### 2.1.1 Agregação automática

Em 1997 começou a ser desenvolvido o RSS (*Really Simple Syndication*), o primeiro mecanismo agregador a ganhar popularidade na comunicação digital (Finkelstein, 2005). O RSS é baseado em uma linguagem codificada específica (XML) que permite associar *tags* para definir objetos e a estrutura da informação. A tecnologia evoluiu rapidamente e, no início dos anos 2000, estava disponível para o público nas principais plataformas de publicação. Mesmo sem dominar uma linha sequer de programação, qualquer usuário estava apto a lidar com o novo recurso. A operacionalidade da agregação de conteúdos é bastante simples. O produtor de informação usa um breve código para integrar o botão “RSS” na interface da homepage ou de qualquer seção interna do site. O usuário clica sobre o botão para copiar um endereço eletrônico (URL) com extensão .xml, .rss ou .rdf. Depois, basta colar este mesmo endereço eletrônico em uma plataforma de leitura (*RSS reader*) para receber automaticamente notificações instantâneas do conteúdo publicado naquele canal on-line.

As notificações geralmente são compostas de manchetes com uma breve descrição e o respectivo link para o material completo, mas os produtores de conteúdo podem optar por liberar a transposição completa do material para a plataforma de leitura. O consumidor é capaz de reunir tudo o que considera relevante numa única plataforma ao invés de gastar tempo e esforço para entrar em diversos sites. Se na internet o “recurso escasso não é mais a informação, mas as faculdades individuais de atenção e memória” (Vaz, 2004. p. 226), o mecanismo automático de agregação ajuda a superar o problema com relativa eficiência. Mais do que isso, o usuário pode escolher somente a informação que lhe interessa e descartar o restante. O RSS é considerado um sistema pioneiro diretamente relacionado à personalização do conteúdo, uma das características constitutivas da comunicação on-line (Palacios, 2003; Pavlik, 2001).

Os benefícios da agregação automática não se resumem ao consumo. O produtor de conteúdo faz concessões para obter vantagem: opta por perder acesso direto ao seu site em troca de mais cliques por link ou, simplesmente, em troca de uma audiência on-line fidelizada. Em suma, o RSS é um sistema agregador que usa a eficiência dos algoritmos para organizar o fluxo informacional num sistema de indexação direta. Assim que os parâmetros iniciais são definidos, o mecanismo permite capturar, enviar e organizar a informação sem a intervenção humana. Por isso, tornou-se um componente integrado aos diversos canais de notícia na web que englobam desde os sites de grandes corporações midiáticas até os blogs mantidos por jornalistas independentes.

Antes mesmo do surgimento do RSS, Negroponte (1995) vislumbrava o potencial da computação para criar uma espécie de “*The Daily Me*” automático e ajustado às preferências individuais: “Imagine um futuro no qual seu agente de interface pode ler

todas as agências de notícias e todos os jornais e capturar cada emissão de TV e rádio no planeta, para então construir um sumário personalizado. Este tipo de jornal é impresso em edição única”<sup>50</sup> (p. 153). A lógica de agregação automática extrapolou a tecnologia RSS propriamente dita e conforma a base operacional de plataformas como o *Google News*. A explicação da ferramenta na versão brasileira do site condensa os princípios deste tipo de agregação:

O Google Notícias é um site automatizado de notícias. Manchetes de mais de 1.500 fontes de notícias em português no mundo todo são colhidas, organizadas segundo o assunto e exibidas de acordo com o interesse de cada leitor. Tradicionalmente, leitores de notícias escolhem primeiro uma publicação e só depois procuram as manchetes que os interessam. Nossa abordagem é diferente: queremos oferecer opções mais personalizadas e uma maior variedade de perspectivas. O Google Notícias primeiro oferece links para diversos artigos sobre um determinado tema. Ou seja, depois de escolher o tópico do seu interesse, você pode selecionar o jornal ou site de sua preferência e conhecer sua versão dos fatos. É só clicar no título do artigo que lhe interessa para ir diretamente ao site que publicou a matéria. (Google News, on-line, grifo nosso)

### 2.1.2 Agregação social

A agregação de informação jornalística on-line ganhou novo impulso a partir de 2004, quando surgiram diversas plataformas que exploravam a crescente cultura participativa e colaborativa associada à noção de Web 2.0 (O'Reilly, 2005). *Digg*<sup>51</sup> e *Reddit*<sup>52</sup> são exemplos bastante ilustrativos deste fenômeno, que pode ser denominado agregação social de notícias<sup>53</sup>. Diferente do RSS, não são algoritmos que direcionam os conteúdos, mas os próprios usuários que buscam informações de diferentes fontes na web e republicam na plataforma. A inovação fica por conta do sistema de hierarquização da informação. Os leitores participam ativamente em votações para decidir a qualidade e a relevância do material postado e, com base no resultado, o agregador organiza as informações dando mais destaque às postagens que receberam maior número de votos.

Portanto, os agregadores sociais de notícias são redes formadas por indivíduos conectados por afinidades de valores e/ou interesses que estão inscritos num processo de negociação permanente (Monteiro, Tavares & Gomes, 2007). A estrutura está centrada em um sistema

---

<sup>50</sup> Tradução nossa a partir do original: “Imagine a future in which your interface agent can read every newswire and newspaper and catch every TV and radio broadcast on the planet, and then construct a personalized summary. This kind of newspaper is printed in an edition of one.”

<sup>51</sup> [www.digg.com](http://www.digg.com)

<sup>52</sup> [www.reddit.com](http://www.reddit.com)

<sup>53</sup> É preciso esclarecer que este tipo de agregação já existia no final da década de 1990 em plataformas como o *Slashdot* (Martins, 2006; Primo & Träsel, 2006). O que se pretende demarcar aqui é a posterior consolidação do modelo em um cenário tecnológico e cultural mais favorável a esse tipo de experiência.

colaborativo de recomendação que utiliza o que Lerman (2007) descreve como “filtragem social” concebida para tirar proveito da “sabedoria da multidão”: “em vez de procurar ativamente por novos conteúdos interessantes ou subscrever um conjunto de tópicos predefinidos, os usuários podem deixar que outros encontrem e filtrem informação para eles”<sup>54</sup> (p. 18).

No sistema colaborativo de recomendação é atribuído um status superior tanto aos internautas que postam material considerado mais relevante para a coletividade quanto aos moderadores que melhor executam a tarefa de avaliar os conteúdos. Este modelo de agregação utiliza a “topologia das redes sociais” on-line para atribuir a cada participante um determinado “capital social” resultante das relações estabelecidas (Recuero, 2009). Está claro que os algoritmos continuam presentes e relevantes, pois são eles que contabilizam o resultado das votações e promovem o cruzamento dos metadados para atribuir status a cada participante, porém, diferente do RSS, os algoritmos perdem espaço para os usuários como filtro principal de agregação.

### 2.1.3 Agregação profissional

Paralelamente ao crescimento da agregação social de notícias, ocorreu a consolidação de plataformas centradas em profissionais ligados à imprensa, principalmente editores, repórteres e articulistas. Neste caso, não são mais os usuários que assumem a tarefa de agregar, mas pessoas com reconhecida expertise para selecionar, organizar e publicar as informações num único canal on-line. Em oposição ao sistema colaborativo aberto aos usuários, ocorre um processo centrado em profissionais. Por isso, parece adequado denominar este tipo de abordagem de agregação profissional de notícias. Dois exemplos emblemáticos nos Estados Unidos são o *Drudge Report*<sup>55</sup> e o *The Huffington Post*<sup>56</sup>. O *Drudge Report*, liderado pelo comentarista político Matt Drudge, é uma compilação de links sobre as principais notícias da atualidade escolhidas pela equipe do site. O *The Huffington Post* foi idealizado pela colunista e jornalista Arianna Huffington para servir como um agregador de blogs numa época em que a “blogosfera” conquistava grande visibilidade social e prestígio no campo jornalístico (Rodrigues, 2006; Satuf, 2008).

O que começou com um trabalho bastante rudimentar relacionado apenas ao agrupamento de conteúdos, tornou-se gradualmente uma função multifacetada que requer habilidades específicas. Numa investigação dedicada aos agregadores profissionais que atuam em redações jornalísticas nos Estados Unidos, Anderson (2013) observou o caráter híbrido da

---

<sup>54</sup>Tradução nossa a partir do original: “[...] rather than actively searching for new interesting content or subscribing to a set of predefined topics, users can let others find and filter information for them”.

<sup>55</sup> [www.drudgereport.com](http://www.drudgereport.com)

<sup>56</sup> [www.huffingtonpost.com](http://www.huffingtonpost.com)

atividade exercida por agregadores profissionais. As tarefas incluem o uso de ferramentas on-line para rastrear a web, hierarquização dinâmica da informação selecionada, criação de vínculos entre os materiais e o “empacotamento” de conteúdos para estimular a circulação. No capítulo 3 é debatido como estas atividades se relacionam com os conceitos de “curadoria comunicacional” (Corrêa, 2012) e “*gatewatching*” (Bruns, 2005) responsáveis por afetar a noção de “notícia”.

Sites como *Buzzfeed* e *Gawker* usam este conjunto de técnicas como estratégia para atrair audiência por meio de conteúdos “virais” direcionados, sobretudo, a temas relacionados ao entretenimento e notícias sobre celebridades. Nos últimos anos algumas plataformas de agregação profissional assumiram posição de destaque na produção independente e original de informação jornalística, incluindo notícias exclusivas de grande impacto social (Howe, 2013). Um ponto emblemático ocorreu em 2012, quando David Wood, correspondente do *The Huffington Post*, conquistou o prêmio *Pulitzer* pela série de reportagens “*Beyond The Battlefield*”. Mesmo fornecendo conteúdo original, a essência agregadora permanece presente nestas plataformas.

#### 2.1.4 Agregação mista

A partir da descrição dos três tipos de agregação de notícias na web - automática, social e profissional - esta tese advoga a existência de um quarto formato, a “agregação mista”, que recebe tal tratamento justamente por se apresentar como um modelo híbrido das formas precedentes. O principal exemplo é o *Facebook*, a popular rede social on-line que paulatinamente conquistou relevância como ambiente para publicação e circulação de notícias (Bruns, 2011; Zago & Bastos, 2013; Zago & Silva, 2014; Ju, Jeong & Chyi, 2014). A união definitiva entre o *Facebook* e o jornalismo ocorreu em maio de 2015, quando foi lançado o “*Instant Article*”<sup>57</sup>, tecnologia que permite usar a própria plataforma como sistema de *back-office* para publicação de material “nativo”, ou seja, adaptado às características da interface.

Ainda que não seja um produto originalmente desenvolvido para receber informação jornalística, é importante notar que o próprio *Facebook* denomina há bastante tempo o elemento principal de sua interface de “*News Feed*”. Neste espaço surgem as “novidades”, sejam peças jornalísticas ou não. Para começar a receber conteúdos basta tornar-se amigo de outro usuário ou “curtir”<sup>58</sup> uma página (pessoal ou institucional). Esta operação é análoga ao RSS: o conteúdo é recebido automaticamente “*on demand*” a partir das relações estabelecidas no interior da plataforma. Cada nova conexão corresponde a uma

---

57 Logo no lançamento nove publicações aderiram à nova funcionalidade: *New York Times*, *National Geographic*, *BuzzFeed*, *NBC News*, *The Atlantic*, *The Guardian*, *BBC News*, *Spiegel* e *Bild*. <http://instantarticles.fb.com/>

58 No Brasil o botão “like” é traduzido como “curtir” e, em Portugal, como “gostar”.

nova subscrição de conteúdo. Há alguns mecanismos para cancelar uma subscrição. Pode-se, por exemplo, optar por simplesmente ocultar o conteúdo, atitude que não cria constrangimentos sociais, ou simplesmente desfazer a amizade e arcar com as possíveis consequências.

A aparente simplicidade operacional da agregação automática começa a se revelar complexa quando entra em cena a operação computacional responsável por atribuir relevância às postagens. Enquanto o RSS trabalha de forma uniforme para estabelecer uma relação direta de captura e envio de conteúdo, o algoritmo do *News Feed* reage de forma dinâmica às interações realizadas no interior da plataforma on-line.

O conteúdo que as pessoas consomem no Facebook depende não apenas do que seus amigos partilham, mas também da forma como o algoritmo de classificação do News Feed elege estes artigos e o que as pessoas escolhem ler. A ordem na qual os usuários veem notícias no News Feed depende de muitos fatores, incluindo com que frequências visitam o Facebook, o quanto interagem com certos amigos e com que frequência, no passado, clicaram em links de certos websites que estavam no News Feed.<sup>59</sup> (Bakshy, Messing & Adamic, 2015, p. 2).

Esta descrição torna nítida a distinção entre os “algoritmos determinísticos” da agregação automática e os “algoritmos randômicos”<sup>60</sup> da agregação mista (Cormen, 2013). Em operações determinísticas não há variação do input após a ação inicial, portanto, o output é igualmente invariável. Operações randômicas agem de forma oposta, pois o algoritmo é programado para reagir em tempo real à variação dos inputs e gerar outputs heterogêneos. Esta natureza dinâmica age não apenas sobre os conteúdos, mas igualmente sobre os comportamentos, as preferências e as decisões de quem produz e consome conteúdos (Napoli, 2014).

Bucher (2012) argumenta que o algoritmo do *Facebook* constrói “visibilidade” e “invisibilidade” porque cada postagem é classificada levando em conta basicamente três fatores: “afinidade”, “peso” e “declínio temporal”. A afinidade mede a qualidade dos relacionamentos com base em comportamentos passados. Duas pessoas que curtem e comentam mutuamente suas postagens possuem maior exposição aos conteúdos publicados por ambos. Pessoas que pouco ou nunca se relacionam na plataforma tendem a ser invisíveis umas às outras. O peso age simultaneamente sobre a afinidade e o conteúdo, ou

---

<sup>59</sup> Tradução nossa a partir do original: “The media that individuals consume on Facebook depends not only on what their friends share, but also on how the News Feed ranking algorithm sorts these articles, and what individuals choose to read. The order in which users see stories in the News Feed depends on many factors, including how often the viewer visits Facebook, how much they interact with certain friends, and how often users have clicked on links to certain websites in News Feed in the past”.

<sup>60</sup> Também designados na literatura especializada como “algoritmos probabilísticos”.

seja, o algoritmo atribui valores diferentes (um peso) a cada forma de interação: curtir, comentar, trocar mensagens diretas.

A lógica está em parte associada ao esforço empreendido no engajamento. Escrever um comentário em um post é uma ação que denota uma forma de interação de maior valor do que simplesmente clicar no botão "curtir". O peso também é atribuído ao tipo de conteúdo, o que significa que uma foto pode ter mais relevância do que um texto sem imagem. O declínio temporal é fator mais intuitivo do ponto de vista jornalístico, pois indica que a relevância do conteúdo é inversamente proporcional ao tempo de publicação: quanto mais antiga a postagem, menos importante ela é, o que reforça o caráter sempre novo do *News Feed*.

O algoritmo promove um cruzamento instantâneo destes três fatores para determinar o que será visto ou não na interface de cada usuário. Significa dizer que duas pessoas que clicam no botão “like” do New York Times vão receber as notícias do jornal de forma distinta em seu *News Feed*, mesmo que a rede de amigos seja idêntica, pois a frequência de utilização e as interações tendem a apresentar padrões distintos. Apesar de a empresa não divulgar informações precisas, há indícios de que o algoritmo do *Facebook* é alterado frequentemente (Costa, 2014), fato que impõe uma situação complexa, pois mesmo os usuários que estão cientes da existência do algoritmo ignoram a sua forma integral de operação (Bucher, 2012; Napoli, 2014).

Se a agregação mista começa como um processo similar ao RSS, com a assinatura de conteúdos ocorrendo a partir do estabelecimento de amizades ou da ação de curtir páginas, pode-se argumentar que também existe agregação social e profissional no *Facebook*. A agregação social ocorre quando pessoas interconectadas publicam notícias que são ranqueadas a partir das próprias relações, num sistema similar à votação em plataformas como *Reddit* e *Digg*. “Likes”, comentários e compartilhamentos correspondem a formas indiretas de votação que elevam ou reduzem a visibilidade do conteúdo.

De forma semelhante, a agregação profissional ocorre nas páginas criadas pelos meios de comunicação ou geridas por jornalistas profissionais para publicar seu material diretamente na rede social. O usuário que entrar diretamente na página do jornal português *Público* no *Facebook* vai encontrar notícias selecionadas e organizadas por profissionais deste veículo. Entretanto, poucos são os usuários que vão diretamente às páginas das empresas jornalísticas, portanto, a diferença da agregação mista está na centralidade do algoritmo randômico que age diretamente sobre o grau de exposição no *News Feed* de cada conteúdo publicado. Outras plataformas on-line, como o *Google+*, usam a mesma lógica geral para organizar materiais de diversos tipos, entre os quais estão conteúdos jornalísticos. O *YouTube*, por exemplo, utiliza as palavras-chave usadas nas buscas e os canais subscritos pelos usuários para hierarquizar as recomendações de vídeos.

## 2.2 Os dilemas sobre a agregação de notícias

A classificação apresentada no quadro 1 demonstra que os agregadores de notícias representam um fenômeno com cerca de duas décadas de existência e que se desenvolveu consoante à expansão dos computadores pessoais e da internet. O sucesso destas plataformas está associado ao que Costa (2014) denomina de “superdistribuição” da informação digital que marca o fim do monopólio dos jornais e das emissoras de rádio e televisão sobre a distribuição de conteúdo. A superdistribuição é caracterizada pela proliferação de novos intermediários com consequências profundas sobre o sistema jornalístico (Águila-Obra, Padilla-Meléndez, Serarols-Tarrés, 2007; Cádima, 2013; Foster, 2012; Morozov, 2011). Na raiz da questão está a relação entre as empresas responsáveis por produzir informação e as plataformas que distribuem o conteúdo, com ou sem alterações em relação ao produto original.

Esta perspectiva, de acordo com Pariser (2011), confronta a narrativa da “desintermediação” exaustivamente repetida por entusiastas da internet ao demonstrar que os verdadeiros intermediários agora estão, em grande parte dos casos, camuflados sob a forma de plataformas e/ou algoritmos. Schmidt e Cohen (2013), executivos do *Google*, acreditam que a agilidade e a eficiência das plataformas emergentes geram o enfraquecimento dos canais tradicionais na tarefa de circular a informação. Os autores defendem que sites de veículos tradicionais continuarão relevantes no processo de validação responsável por conferir credibilidade às notícias, mas, paulatinamente, perderão espaço como meio de distribuição diante de outros serviços com elevada popularidade on-line.

O fim dos intermediários é uma falácia disseminada para conceber a internet como um campo neutro onde se pode obter informação de forma direta. Uma busca direta no *Google* ou a publicação de uma notícia no *Facebook* não apagam a intermediação realizada por algoritmos que representam interesses específicos destas corporações. Segundo Morozov (2011), a situação é inversa: “quanto mais intermediários - sejam humanos ou corporações - estão envolvidos na publicação e disseminação de fragmentos particulares de informação, mais pontos de controle existem para discretamente remover ou alterar esta informação”<sup>61</sup> (p. 103). A superdistribuição e o crescente número de intermediários alimentam este e outros dilemas fundamentais no campo jornalístico, entre os quais destacamos quatro diretamente relacionados aos agregadores de notícias: alterações nos padrões de consumo, disputas jurídico-legais, isomorfismo e degradação do conteúdo.

---

<sup>61</sup> Tradução nossa a partir do original: “The more intermediaries—whether human or corporate—are involved in publishing and disseminating a particular piece of information, the more points of control exist for quietly removing or altering that information”.

### 2.2.1 Consumo autorreflexivo

Um conjunto significativo de estudos relacionam os diferentes filtros presentes nos agregadores com as alterações na forma como as pessoas consomem informação on-line (Cosley, 2003; Thorson, 2008; Pariser, 2011; Webster, 2011; Beam, 2014; Beam & Kosicki, 2014). Uma questão central é o suposto efeito negativo em consequência da menor exposição a determinados conteúdos. Enquanto um jornal impresso apresenta um amplo conjunto de informações com enfoques diversos e estimula o debate democrático, os sistemas computacionais de personalização podem agir para reduzir drasticamente a diversidade de conteúdos essencial para a manutenção de uma sociedade saudável.

Pariser (2011) denomina este efeito de “filtro bolha” porque os sistemas que permitem filtrar informação têm a capacidade de inserir o usuário numa espécie de redoma autorreflexiva. Seja pela seleção direta do usuário ou por meio dos algoritmos randômicos, existe sempre o risco de uma menor exposição a informações e opiniões que apresentem um viés ideológico diferente, afinal, grupos formados por afinidade tendem à homogeneização (Webster, 2011). Os filtros “são mecanismos de previsão, constantemente criando e redefinindo uma teoria de quem você é e o que irá fazer e querer em seguida. Juntos, estes mecanismos criam um universo único de informação para cada um de nós”<sup>62</sup> (Pariser, 2011, p. 10). O mecanismo de busca do *Google* e o *News Feed* do *Facebook* são dois alvos diretos desta abordagem.

Esta perspectiva, apesar de apresentar importantes evidências da existência de filtros que desestimulam a diversidade informacional, deve ser confrontada com outras perspectivas que apontam para uma abordagem menos determinística dos agregadores. Cosley (2003) e Beam (2014), por exemplo, argumentam que o design da plataforma tem impacto decisivo sobre a exposição ou não à diversidade ideológica. Isso quer dizer que o consumo de notícias pode ser muito diferente entre dois agregadores devido às opções embutidas na interface gráfica e na construção dos parâmetros de ação dos usuários. Numa investigação empírica, Beam e Kosick (2014) encontram resultados que refutam o suposto “encolhimento” das fontes de informação e das categorias de notícias. O principal problema embutido na hipótese do “filtro bolha” é a tendência a apagar a autonomia do usuário diante dos agregadores, enquanto o que ocorre na prática parece ser bastante diferente. “Quando as pessoas optam por se envolver com o conteúdo, elas

---

<sup>62</sup> Tradução nossa a partir do original: “[...] are prediction engines, constantly creating and refining a theory of who you are and what you’ll do and want next. Together, these engines create a unique universe of information for each of us [...]”.



constantemente tentam encontrar informação relevante, mas não evitam informações que possam desafiar suas perspectivas ou preferências”<sup>63</sup> (Beam e Kosick, 2014, p. 72).

### 2.2.2 Questões legais

Outro dilema diz respeito à dimensão legal da agregação de notícias. Empresas jornalísticas acusam as plataformas de apropriação indevida de conteúdo intelectual (Cádima, 2013, Isbell, 2010; Jasiewicz, 2012). O debate se concentra em torno da noção dos direitos de autor (*copyright*) reivindicados por quem produz a informação original. A maior queixa dos jornalistas é a capacidade que os agregadores demonstram para gerar lucros a partir da produção de terceiros sem obter autorização, em alguns casos sem sequer atribuir os devidos créditos. A indignação foi resumida por Rupert Murdoch, acionista majoritário da *News Corporation*: “Produzir jornalismo é caro. Nós investimos recursos tremendos em nossos projetos, desde a tecnologia até os nossos salários. Agregar notícias não é um uso justo. Para ser descortês, isto é roubo”<sup>64</sup> (citado em Isbell, 2010, p. 1).

A polêmica ganhou novo impulso quando representantes do *Google* e da União Europeia se reuniram em Bruxelas em busca de um acordo. A empresa de tecnologia norte-americana tentava evitar uma eventual condenação que a obrigaria a pagar uma elevada multa por uso indevido de material protegido por leis de propriedade intelectual. No centro da polêmica estava a replicação de conteúdos pelo agregador de notícias *Google News*. Em Portugal, Francisco Pinto Balsemão, dirigente do grupo *Impresa* e presidente do *European Publishers Council*, reagiu com veemência ao tomar conhecimento do teor da negociação:

“Estamos perplexos e profundamente preocupados com este princípio de acordo. A Comissão Europeia está a perder uma grande oportunidade de mostrar que defende os direitos de autor e que valoriza o trabalho dos media profissionais. É injusto e grave favorecer os motores de busca em detrimento do jornalismo independente e de qualidade, absolutamente necessário para qualquer democracia” (citado em Público, 2014, on-line).

Os agregadores se defendem com o argumento de que elevam o tráfego on-line das empresas jornalísticas por meio de links direcionados aos sites onde a notícia foi originalmente publicada. Sob este ponto de vista, os agregadores de notícias não são a antítese do jornalismo, mas um componente de apoio no ambiente on-line (Lau, 2010, p. 116). Algumas plataformas tentam contornar a questão jurídica ao reduzir a informação

---

<sup>63</sup> Tradução nossa a partir do original: “When people choose to engage in content, they are often trying to find personally relevant information, but not avoiding information that may challenge their perspective or preferences.”

<sup>64</sup> Tradução nossa a partir do original: “Producing journalism is expensive. We invest tremendous resources in our project from technology to our salaries. To aggregate stories is not fair use. To be impolite, it is theft”.

agregada a uma chamada curta, evitando a acusação de reprodução integral não autorizada. Entretanto, mesmo o uso parcial de conteúdo é questionado pelas organizações jornalísticas. Parte das disputas chega aos tribunais e, apesar de raros, existem acordos que buscam equalizar a contenda com a remuneração dos produtores de conteúdo original<sup>65</sup>.

### 2.2.3 Isomorfismo e degradação do conteúdo

Outros dois dilemas - isomorfismo e degradação - questionam diretamente a qualidade dos conteúdos que circulam nos agregadores de notícia. O isomorfismo põe em xeque a capacidade da agregação de estimular experiências singulares ao postular que os algoritmos randômicos que vasculham dados, ao invés de fornecer informação nova e relevante para o usuário, tendem a gerar resultados redundantes (Napoli, 2014). Dito de outra forma, a competição entre as plataformas agregadoras estimula a cópia dos algoritmos que apresentam melhor desempenho. Portanto, pode-se dizer que o isomorfismo é um efeito negativo correlato ao “filtro bolha” (Pariser, 2011), pois o usuário consome seus próprios interesses, independentemente da plataforma utilizada. A lógica que conduz a esta afirmação é simples. Se os sistemas computacionais apresentam padrões semelhantes e agem sobre as mesmas bases de dados (as ações pregressas dos usuários), os outputs tendem a ser muito parecidos ou mesmo idênticos. Pela ótica do isomorfismo, escolher entre o agregador “A” ou “B” é uma mera questão de preferência, uma vez que ambos vão apresentar basicamente as mesmas notícias. Este é um dilema relacionado, sobretudo, à agregação mista.

A denúncia sobre a degradação de conteúdo recai majoritariamente sobre os agregadores profissionais. No centro da polêmica está a busca por grandes audiências por meio de operações de baixo custo financeiro. Para alcançar mais usuários é preciso produzir mais, com reflexos negativos sobre a qualidade da informação. Nos Estados Unidos o modelo é conhecido como “*content farm*” (Bakker, 2012) que, em português, parece ser melhor traduzido como “latifúndio de conteúdo”. Quanto mais se planta, mais se colhe, numa busca desenfreada por cliques para gerar tráfego. O *BuzzFeed*, por exemplo, é um agregador de conteúdos gerido por métricas de acesso (Sartá et al.), característica que levada ao extremo pode contribuir para degradação do material disponível para os internautas. Quando o volume é mais importante que o conteúdo, a qualidade está sob ameaça. O *Buzzfeed* conquistou notoriedade on-line ao se especializar na criação de listas com elevado potencial para despertar a atenção do público. Uma vez “capturado”, este mesmo público se torna agente propagador de links nas redes sociais on-line.

---

<sup>65</sup> Um caso paradigmático ocorreu entre jornais belgas e o Google News, quando um acordo selou o retorno das publicações para a plataforma de agregação (Cádima, 2013).

Tanto o isomorfismo quanto a degradação devem ser analisados com cautela, porque a diversidade de agregadores impede que estes dois problemas sejam empregados como rótulo para todas as plataformas disponíveis. A melhor estratégia é realizar uma análise particular para, em seguida, empregar métodos comparativos que permitam verificar a eventual presença e os diferentes níveis de isomorfismo e degradação do conteúdo jornalístico.

Os exemplos apresentados nesta seção tornam evidente que os agregadores de notícias possuem uma longa trajetória na web e fazem parte da produção, da circulação e do consumo de conteúdos jornalísticos em computadores pessoais. Portanto, o surgimento dos aplicativos agregadores de notícias para dispositivos móveis deve ser compreendido como um traço evolutivo. O que vale destacar neste ponto do texto é a importante tradição deste tipo de plataforma no ambiente on-line. A agregação de notícias em smartphones e tablets não pode ser analisada como uma inovação tecnológica isolada, mas sim, como a mais recente integração de novos dispositivos a um fenômeno bastante amplo. Tal percepção conduz a uma pergunta crucial: os aplicativos agregadores de notícias para dispositivos móveis trazem alguma novidade? Esta tese defende que sim, há elementos próprios que distinguem a agregação de conteúdos nestas novas tecnologias. Existem basicamente duas dimensões centrais que permitem sustentar esta defesa: a relação que o usuário estabelece com o dispositivo e as características intrínsecas do *medium*.

### 2.3 Apps: agregadores nos dispositivos móveis

Ao contrário dos PCs e da maior parte dos suportes comunicacionais anteriores (analógicas e digitais), smartphones e tablets são tecnologias pessoais. O computador pessoal é, na verdade, muito “impessoal” quando comparado ao tipo de relação que os usuários estabelecem com os aparelhos móveis. Turkle (2011) argumenta que a ausência dos fios condutores de eletricidade, a superação da rede física que limita os movimentos, é justamente o principal fator responsável por “amarrar” de forma sem precedentes as pessoas às tecnologias comunicacionais. O novo paradoxo - estar acorrentado a algo que não possui correntes visíveis - é instaurado pela relação de profunda intimidade que geralmente ocorre com os dispositivos móveis: “quando a conexão à internet se tornou móvel, nós não ‘logamos’ mais a partir de um desktop, amarrados por cabos a um objeto chamado ‘computador’. A rede estava conosco, sobre nós, o tempo todo”<sup>66</sup> (Turkle, 2011, p. xii). Levada ao extremo, a relação usuário-dispositivo pode alcançar um nível de excitação quase patológico, estado que Grusin (2010) prefere chamar de “midiafilia”, conceito já destacado na seção 1.1.

---

<sup>66</sup> Tradução nossa a partir do original: “as connections to the Internet went mobile, we no longer “logged on” from a desktop, tethered by cables to an object called a “computer.” The network was with us, on us, all the time.”

O telefone móvel é um instrumento que habita a esfera mais íntima do usuário (Ling, 2012), característica estendida para os smartphones. Desde o princípio, a tecnologia móvel estabeleceu uma relação de estreita cumplicidade com os usuários que outros suportes comunicacionais jamais conseguiram alcançar. Se o computador é “pessoal”, o smartphone é “hiperpessoal”: “o dispositivo cria uma relação de proximidade única e distintiva. Nenhum outro meio tem a distinção de ser precedido por um pronome possessivo quando um usuário se refere a ele, perguntando: ‘viu meu telefone?’. É muito diferente de perguntar ‘onde está o jornal?’”<sup>67</sup> (Canavilhas, 2013b, pp. 29-30).

A “hiperpersonalização” tem consequências diretas sobre os agregadores de notícias. Os conteúdos jornalísticos circulam em um suporte que acompanha a rotina do usuário e, por isso, supostamente devem ser capazes de interagir com as ações cotidianas. Os aplicativos podem, por exemplo, compreender a localização do usuário como um input determinante para fornecer notícias relacionadas com a situação geográfica imediata. Além disso, caso os algoritmos presentes no aplicativo tenham detectado que este usuário é um aficionado por automobilismo, basta cruzar os dados (localização X predileção) para fornecer informações relevantes como notícias publicadas em jornais da região sobre uma competição prevista para ocorrer nas proximidades.

Neste breve exemplo é possível verificar que smartphones e tablets levam duas vantagens sobre o computador quando a observação se concentra no grau de personalização. Em primeiro lugar, o computador geralmente está fixo ou restrito a situações geográficas relativamente bem definidas: em casa, no trabalho, na biblioteca, etc. O PC não acompanha o dia-a-dia das pessoas, portanto, a localização deixa de ser um input variável. Aqui é possível vislumbrar a segunda vantagem dos aplicativos agregadores de notícias sobre os desktops. Justamente por ser móvel e acompanhar o usuário por 24h, os dispositivos móveis devem estar em permanente prontidão para responder às necessidades e urgências. Enquanto o computador é ligado e desligado ao ritmo do uso, os dispositivos móveis são tecnologias *always-on*, não desligam nem mesmo quando o usuário dorme. Isso significa que os aparelhos estão aptos a receber dados ininterruptamente e até mesmo no modo *standby* - à espera da próxima demanda - continuam a receber e processar informação. O computador pessoal dificilmente conseguirá um dia “conhecer” o usuário tão bem quanto o smartphone.

A relação usuário-dispositivo depende não apenas da mobilidade. Conforme debatido na seção 1.2, a portabilidade é apenas uma das características dos dispositivos móveis. Os aplicativos agregadores de notícias possuem outra dimensão distintiva fundamental: as

---

<sup>67</sup> Tradução nossa a partir do original: “el dispositivo crea una relación de proximidad única y distintiva. Ningún otro medio tiene la distinción de ser precedido por un pronombre posesivo cuando un usuario se refiere a él, preguntando: “¿has visto mi teléfono?” Es muy diferente a preguntar “¿dónde está el periódico?”.

características intrínsecas do *medium*. Numa investigação sobre os processos de inovação na narrativa jornalística em dispositivos móveis, Palacios, Barbosa, Silva e Cunha (2015) recorrem ao conceito de *affordance* criado por Gibson (2015) e desenvolvido por Norman (2013) para aplicação ao design. Ainda que o conceito seja alvo de múltiplas definições quando aplicado a diferentes áreas, pode-se dizer que *affordance* é uma “potência de uso” inserida num ambiente ou objeto. A percepção desta potência conduz sempre à relação entre o usuário com os mais variados elementos físicos que o cercam.

Palacios, Barbosa, Silva e Cunha (2015) argumentam que nos dispositivos móveis as *affordances* estão presentes na forma de sensores - são 15 no total - que atuam isoladamente ou em conjunto na experiência do usuário. Sensores são os receptores de input como, por exemplo, a tela tátil que permite a experiência da “tactibilidade” sobre a interface, ou o GPS que proporciona ações de “localidade”. É possível afirmar que há características suficientemente marcantes que distinguem os novos *medium* dos computadores pessoais:

Dispositivos móveis (smartphones e tablets) apresentam-se como objetos particularmente promissores no âmbito dos estudos voltados para o surgimento e desenvolvimento de inovações em jornalismo, uma vez que as especificidades dessas novas plataformas têm potencialmente uma alta capacidade de geração ou reconfiguração de modos de produção, publicação, circulação e recirculação, consumo e recepção de novos conteúdos e novos formatos/gêneros. (Palacios, Barbosa, Silva & Cunha, 2015, p. 14)

Em um estudo preliminar realizado a partir de 12 aplicativos agregadores de notícias para dispositivos móveis, Canavilhas e Satuf (2016) destacam três características principais destes sistemas: 1) integração das informações jornalísticas com as plataformas on-line de mídias sociais; 2) sistemas “always-on” de recomendação automática de conteúdos; 3) parametrização dos resultados por meio de ajuste manual à disposição do usuário. Contudo, o estudo apontou que a inovação baseada em *affordances* parece ser um ponto ainda pouco explorado. O resultado é a baixa capacidade apresentada pelos aplicativos para tirar proveito do contexto imediato no qual ocorre o consumo de informação. “Eles focam exclusivamente na portabilidade interconectada e reforçam, assim, a dualidade usuário-dispositivo, em outras palavras, o indivíduo que se move e interage constantemente com o smartphone. O potencial da tríade usuário-dispositivo-ambiente é negligenciado”<sup>68</sup> (Canavilhas & Satuf, 2016, p. 231).

---

<sup>68</sup> Tradução nossa a partir do original: “They focus exclusively on networked portability and thus reinforce the user-device duality, in other words, the subject that moves and interacts constantly with the smartphone. The potential of the user-device-environment triad is neglected.”

Portanto, os aplicativos agregadores de notícias para dispositivos móveis apresentam-se como plataformas de circulação de informação jornalística que elevam a personalização (criando a hiperpersonalização) dos conteúdos ao mesmo tempo em que apresentam características tecnológicas singulares (as *affordances*) que os diferenciam dos computadores. Neste sentido, podem ser observados como potencialização ou ruptura, a depender da perspectiva de análise. Potencialização porque apresentam novos elementos que se integram ao fenômeno da agregação on-line, ou seja, não trazem uma novidade propriamente dita, mas atualizam e reforçam características que já existiam. Assim, a hiperpersonalização seria uma potencialização da capacidade de personalização do conteúdo.

Por outro lado, os aplicativos podem romper com as plataformas de agregação para PC ao permitir o uso estratégico das *affordances* das tecnologias móveis. Neste sentido, Canavilhas (2013b) exemplifica um uso hipotético do acelerômetro (sensor de movimento) associado ao GPS na distribuição e no consumo de conteúdos adaptados ao contexto. O dispositivo pode ser capaz de reconhecer a situação momentânea do usuário - se está parado ou em movimento - para adequar um alerta noticioso ao formato que melhor se enquadra à necessidade imediata. O acelerômetro pode identificar que uma pessoa está se deslocando a pé de modo a ajustar instantaneamente o sistema para que o alerta seja enviado na forma de um texto curto ou um arquivo de áudio, já que o vídeo requer contato visual prolongado com a tela. Noutro cenário hipotético, o GPS pode detectar que o usuário se desloca de carro, devido à velocidade de deslocamento, e ajustar o alerta somente para a versão áudio, visto que há riscos envolvidos em desviar o olhar para a pequena tela do telefone móvel. Desta forma, os agregadores se apresentam nitidamente como ruptura em relação ao computador pessoal.

Os aplicativos agregadores de notícias podem ser alinhados entre as tecnologias que Simon (1996) denominou de “sistemas inteligentes de filtragem de informação”. Diante da elevada capacidade computacional e da integração total às atividades cotidianas dos usuários, os apps de agregação tornam-se elementos centrais para compreender a circulação de informação jornalística no século XXI.

Nada na nova tecnologia aumenta o número de horas em um dia ou as capacidades dos seres humanos em absorver informação. O real problema de design não é fornecer mais informação para as pessoas, mas alocar o tempo que elas têm disponível para receber informação de modo que elas terão apenas as informações que são mais importantes ou relevantes para as decisões que irão tomar. A tarefa não é conceber

sistemas de informação e distribuição, mas sistemas inteligentes de filtragem de informação.<sup>69</sup> (Simon, 1996, p. 144)

A partir da discussão realizada nesta seção, propomos uma definição operacional do objeto de estudo que condensa os principais conceitos tratados até aqui. Aplicativos agregadores de notícias para dispositivos móveis são sistemas inteligentes de filtragem de informação jornalística produzidos de forma primária para smartphones e tablets, cujo objetivo principal é reunir conteúdos multimídia provenientes de diferentes fontes a partir do uso estratégico das *affordances* tecnológicas nas rotinas de seleção e organização do material.

---

<sup>69</sup> Tradução nossa a partir do original: “Nothing in the new technology increases the number of hours in the day or the capacities of human beings to absorb information. The real design problem is not to provide more information to people but to allocate the time they have available for receiving information so that they will get only the information that is most important and relevant to the decisions they will make. The task is not to design information-distributing systems but intelligent information-filtering systems”.





# Capítulo 3 - Informação Jornalística

## Introdução

Este capítulo debate o conceito de informação jornalística numa perspectiva sócio-histórica para demonstrar como alterações significativas nas dimensões profissionais e tecnológicas afetem o estatuto profissional e informacional. O objetivo central é apresentar uma definição de informação jornalística condizente com as práticas e os aparatos técnicos do século XXI e, portanto, pertinente à investigação dos agregadores de notícias para dispositivos móveis.

Para balizar a discussão, a seção 3.1 apresenta uma definição sintética de jornalismo cunhada por Michael Schudson (2003). Cada elemento-chave presente na definição é escrutinado à luz do desenvolvimento da atividade ao longo de décadas. Este trabalho de decomposição analítica ajuda a compreender que as concepções gerais ainda vigentes sobre três dimensões correlatas - o jornalismo, os jornalistas e a informação jornalística - estão centradas em prerrogativas que são gradualmente superadas à medida que mudam os parâmetros profissionais e tecnológicos. O argumento central é de que o conceito de jornalismo válido durante os séculos XIX e XX não pode ser integralmente aplicado ao contexto atual, sendo necessária a exploração de novos marcos teóricos.

A seção 3.2 se dirige ao passado para reconstituir as teorias do jornalismo a partir dos estudos seminais de David White (1950) e Warren Breed (1955). Ambos foram determinantes para o desenvolvimento subsequente do “newsmaking”, abordagem que se tornou hegemônica nas décadas seguintes. O objetivo é demonstrar como o pensamento sociológico se consolidou como paradigma disciplinar capaz de influenciar até hoje a pesquisa sobre as práticas jornalísticas. Entretanto, a análise sustenta que as teorias do jornalismo devem ser realocadas sob o termo mais preciso “teorias do jornalismo industrial”, visto que servem para explicar práticas e processos circunscritos a um determinado enquadramento espaço-temporal que deixaram de ser hegemônicas com o avanço da comunicação digital.

A seção 3.3 explora a emergente noção de “jornalismo pós-industrial” (Anderson, Bell, & Shirky, 2012), que vem sendo gradualmente instituída como forma de superar as limitações das teorias tradicionais do jornalismo quando confrontadas com a realidade atual. O texto destaca o caráter “intersticial” do jornalismo contemporâneo no qual noções antes bem

estabelecidas, como “organização jornalística” e “redação”, começam a ser postas em causa. Em seguida, é debatida a importância de duas abordagens recentes sobre a informação jornalística: “gatewatching” e “curadoria comunicacional”.

### 3.1 A informação jornalística

O jornalismo é, em geral, descrito como a atividade realizada por profissionais devidamente habilitados a selecionar, apurar e editar os acontecimentos diários que serão posteriormente divulgados pelos meios de comunicação social administrados por entidades públicas e privadas. O objetivo primordial dos jornalistas é “informar” a sociedade sobre temas relevantes do presente. A aparente simplicidade desta descrição esconde uma série de pormenores que tornam complexo explicar o que é “informação jornalística”, como ocorreu sua constituição histórica e por que ela se diferencia de outros tipos de informação.

Informação tornou-se uma palavra-chave no século XX devido aos avanços científicos e tecnológicos que, para prosperar, necessitavam encontrar meios para medir e quantificar o fluxo informacional (Gleick, 2012). O que antes era uma noção genérica e pouco útil à investigação metódica, começa a ganhar uma nova dimensão com os avanços realizados nas mais diferentes áreas do conhecimento. Os exemplos estão espalhados por muitos ramos científicos, como a matemática e a informática, que descrevem o *bit* como unidade básica de “informação digital” representada por cadeias de “zeros” e “uns” (Shannon, 1963); ou a biologia, que compreende o DNA como “informação genética” replicada por organismos vivos (Dawkins, 1988).

Para além de um conceito útil aplicado a pesquisas teóricas e empíricas, a ciência contemporânea instaurou um estatuto epistemológico para a informação. Ela foi reificada, tornando-se um elemento que habita o mundo, tem existência espaço-temporal e pode ser manipulada. Neste sentido, Castells (2010) é categórico ao afirmar que “a emergência de um novo paradigma tecnológico organizado em torno de novas, mais potentes e mais flexíveis tecnologias de informação, faz com que seja possível que a própria informação se torne o produto do processo de produção”<sup>70</sup> (p. 67). Sob o novo estatuto, produzir informação tornou-se atividade principal de várias entidades públicas e privadas com os mais distintos propósitos.

---

<sup>70</sup> Tradução nossa a partir do original: “The emergence of a new technological paradigm organized around new, more powerful, and more flexible information technologies makes it possible for information itself to become the product of the production process.”

A informação jornalística<sup>71</sup> não está alheia a esse processo de reificação, mas, tanto para compreendê-la quanto para diferenciá-la de outros tipos de informação, é preciso compreender sua origem e desenvolvimento sócio-histórico. Um ponto de partida para uma observação geral do tema é questionar a profissão que lhe dá significado. Sendo a informação jornalística o resultado de uma atividade laboral específica, é preciso questionar as bases que constituem a profissão. O que é, de fato, o jornalismo? A partir de uma abordagem sociológica, Schudson (2003) fornece a seguinte formulação inicial:

Jornalismo é o negócio ou prática de produção e divulgação de informações sobre assuntos contemporâneos de importância e interesse geral. É o negócio de um conjunto de instituições que divulgam periodicamente (em geral diariamente) informações e comentários sobre assuntos contemporâneos, normalmente apresentados como verdadeiros e honestos, para uma audiência dispersa e anônima em um discurso considerado como sendo importante publicamente.<sup>72</sup> (p. 11)

Esta definição, apesar de sucinta, abarca diversas dimensões que definem a forma como a sociedade tende a enxergar os jornalistas e como os próprios repórteres e editores percebem a atividade em que estão envolvidos. Em primeiro lugar, enquadrar o jornalismo como um “negócio” significa integrá-lo à lógica mais ampla da economia capitalista. Habermas (1984) defende que os elementos iniciais desta união remetem à expansão mercantil, a partir do século XIV, quando a informação passou a ter valor em si mesma. Nesta etapa, que pode ser denominada “pré-jornalística”, as informações circulavam de maneira restrita em cartas noticiosas (*news letters*) organizadas e vendidas por viajantes, em geral mercadores. Portanto, antes do surgimento do jornalismo propriamente dito, algumas informações consideradas relevantes para grupos específicos - citações de mercadorias, relatos de batalhas, obituários, etc - já haviam sido transformadas em *commodities*, ou seja, produtos transacionáveis financeiramente.

Os jornais impressos de circulação pública surgem na Europa durante o século XVII para desempenhar, na perspectiva habermasiana, um papel decisivo na argumentação e deliberação política que resultou na transformação da esfera pública burguesa. Naquela

---

<sup>71</sup> Cabe esclarecer que esta tese utiliza a expressão “informação jornalística” para evitar reduções relativas e gêneros e subgêneros (Seixas, 2009), permitindo integrar à análise tudo que resulta do trabalho jornalístico: notícia, reportagem, entrevista, opinião, etc. Entretanto, a própria literatura especializada faz uso corrente do termo “notícia” com a mesma acepção em que “informação jornalística” surge na presente investigação. Os textos acadêmicos sobre o jornalismo tendem a atribuir um caráter metonímico à palavra “notícia” que, neste contexto, perde a condição de gênero específico para se tornar um vocábulo que engloba todo tipo de informação produzida por jornalistas.

<sup>72</sup> Tradução nossa a partir do original: “Journalism is the business or practice of producing and disseminating information about contemporary affairs of general public interest and importance. It is the business of a set of institutions that publicizes periodically (usually daily) information and commentary on contemporary affairs, normally presented as true and sincere, to a dispersed and anonymous audience in a discourse taken to be publicly important.”

época, os periódicos estavam ligados, sobretudo, a grupos partidários e ideológicos cujo objetivo central era divulgar informações para seus correligionários, ao mesmo tempo em que eram usados como instrumento para atacar os rivais. Os jornais se consolidam como grandes empresas capitalistas apenas no século XIX, com o advento do telégrafo como meio para transmissão de informação e da *penny press*, uma abordagem comercial agressiva amparada na venda de um grande número de exemplares a baixo preço unitário em espaços públicos de grande circulação de pessoas. O modelo permitia obter lucro não apenas com a venda direta a milhares de leitores, mas, principalmente, com anunciantes dispostos a pagar elevadas quantias aos donos dos jornais em troca de espaço para expor seus produtos e serviços (Baldasty, 1992; Barnhurst & Nerone, 2009).

Inscrita na lógica capitalista, a informação jornalística emerge como “um produto típico das sociedades urbanas e industrializadas, reproduzido em grande escala, fabricado para atingir a massa” (Medina, 1998, p. 40). Para se tornar um produto, Marcondes Filho (1986) destaca que a informação deve ser meticulosamente adaptada às “normas mercadológicas” ou, nos dizeres menos economicistas de Gans (1979), “adequada para suas audiências” (p. 80). Numa abordagem estritamente comercial, o jornalista pode ser descrito como o profissional responsável pelo tratamento da informação de modo que esta contenha um valor intrínseco. As notícias devem ser capazes de despertar nos consumidores o desejo pelo produto a ponto de estarem dispostos a pagar pelo acesso ao conteúdo. De igual forma, é preciso estimular entre os potenciais anunciantes o interesse em vincular suas marcas e produtos à informação que vai chegar a um público amplo. Traquina (1999) resume a questão de forma direta ao postular que informação jornalística é “o resultado de um processo, definido como a percepção, seleção e a transformação de uma matéria-prima (os acontecimentos) num produto (as notícias)” (p. 169).

Tal linha de raciocínio conduz a uma questão fundamental para se compreender a informação jornalística. Quais acontecimentos são transformados em notícia? A resposta é crucial para a definição de jornalismo sugerida por Schudson (2003), visto que o jornalista é o profissional responsável por selecionar os acontecimentos que possuem “importância e interesse geral” a fim de gerar um “discurso considerado como sendo importante publicamente”. Desta afirmação emerge uma contradição que acompanha o desenvolvimento da prática jornalística ao longo do tempo e, ainda hoje, permanece envolta em polêmica. Segundo Traquina (2005), ao mesmo tempo em que os jornalistas professam saber o que os outros não sabem - o que é notícia e como produzi-las - eles mesmos não conseguem formular respostas precisas para explicar “como” e “por que” escolhem os fatos divulgados nos noticiários.

Como é possível a um conjunto de profissionais advogarem para si um monopólio profissional se são incapazes de explicar o produto resultante deste monopólio? Zelizer (2004) compartilha a mesma inquietação ao ressaltar que “a maioria dos manuais jornalísticos consome mais esforço em detalhar como escrever as notícias ou obter as notícias do que definindo o que de fato é notícia”<sup>73</sup> (p. 25). A autora descreve algumas expressões que os jornalistas lançam mão quando são confrontados com a questão: “notícia é o que irá vender jornais”, “notícia é o que o público deseja ler”, “notícia é o que faz levantar as sobranças”, “notícia é aquilo que o editor diz que é”. Cada uma destas expressões destaca particularidades da informação jornalística e ajuda a compreender parcialmente como os jornalistas pensam e agem, mas nenhuma pode servir como uma resposta precisa. Diante de tamanha dispersão conceitual, Tuchman (1999) adverte que saber o que é notícia se apresenta como uma “capacidade secreta do jornalista que o diferencia das outras pessoas” (p. 85).

### 3.1.1 Limites temporais

Apesar da enorme dispersão conceitual entre os próprios jornalistas, a definição de Schudson (2003) impõe limites decisivos ao descrever o tipo de informação produzida pelo jornalismo: “[...] assuntos contemporâneos, normalmente apresentados como verdadeiros e honestos”. O primeiro limite - “assuntos contemporâneos” - diz respeito à temporalidade da informação. A mercadoria jornalística deve estar firmemente ancorada no presente, seja pela divulgação da novidade ou pela atualização do que já é conhecido. A informação se vincula às preocupações e necessidades da sociedade hodierna, portanto, eventos passados e futuros precisam estar inseridos num “agora permanente”, que Park (1940) preferiu denominar “presente ilusório” (“*specious present*”). As celebrações para homenagear as vítimas após os “70 anos” do lançamento da bomba atômica sobre Hiroshima ou os “três meses” de expectativa até o próximo eclipse total do Sol, só passam a ser considerados notícia quando temporalmente datados a partir do dia de sua divulgação. O presente é a régua que o jornalista usa para medir todas as coisas.

O “agora permanente” surge como um elemento desencadeador da ação nas redações. Repórteres e editores vivem sob constante pressão para produzir informações que muitas vezes chegam ao público ainda no decurso temporal do acontecimento. Com base nesta intensa rotina, Schlesinger (1999) afirma que o jornalista está inserido numa “cultura cronometrada”, na qual o relógio não é um simples instrumento, mas um símbolo profissional na eterna corrida para cumprir os sucessivos *deadlines*. Os versos do poeta

---

<sup>73</sup> Tradução nossa a partir do original: “... most journalistic guidebooks spend more effort on detailing how to write the news or get the news than on defining what news actually is.”

brasileiro Carlos Drummond de Andrade (2013) descrevem sucinta e magistralmente a simultaneidade da relação acontecimento-apuração-relato:

O fato ainda não acabou de acontecer  
e já a mão nervosa do repórter  
o transforma em notícia.  
O marido está matando a mulher.  
A mulher ensanguentada grita.  
Ladrões arrombam o cofre.  
A polícia dissolve o *meeting*.  
A pena escreve.

Vem da sala de linotipos a doce música mecânica. (p. 41).

De acordo com Park (1940), é justamente a temporalidade que distingue o jornalismo de outras disciplinas que também buscam descrever os acontecimentos, como a história. Enquanto o jornalista descreve os acontecimentos na condição de eventos independentes apresentados na forma de relatos sintéticos para compreensão imediata, a preocupação do historiador é inserir os eventos em uma sucessão causal para lhes atribuir significado a partir da correlação. O jornalismo isola os fatos em pequenas narrativas dispersas, enquanto a história une os fatos em uma grande narrativa. Tal distinção é consequência direta da forma como cada profissão encara o tempo.

Portanto, ao contrário do tipo de informação produzida por outras áreas do conhecimento, a notícia é uma mercadoria altamente “perecível”, “efêmera” e “transitória” (Park 1940). O jornal impresso que sai da rotativa ainda de madrugada perde valor com o passar das horas e possui quase nenhum valor comercial ao final da tarde. O mesmo raciocínio pode ser estendido ao ritmo programado do rádio e da televisão, bem como ao ambiente on-line, onde o intervalo entre produção e publicação é praticamente suprimido pelo fluxo contínuo que sustenta o fetiche pela informação em “tempo-real” (Moretzsohn, 2002).

### 3.1.2 Limites normativos

O segundo limite apresentado por Schudson (2003) é normativo: os assuntos são “apresentados como verdadeiros e honestos”. Para verificar a normatividade da informação jornalística basta listar alguns dos adjetivos usados à exaustão para qualificá-la: “neutra”, “imparcial”, “objetiva”, “equilibrada” (Allan, 2010; Harrison; 2006; Maras, 2013; Mindich, 1998). A partir de uma posição deontológica “pura”, ou seja, assumindo de forma integral os princípios fundamentais professados na ética do jornalismo, os limites impostos à informação jornalística são bastante rígidos. O jornalista não está autorizado a inventar, o que o afasta imediatamente do terreno ficcional. Além disso, é proibido de

assumir posição ideológica que não seja unicamente vinculada ao interesse público, portanto, não faz propaganda nem publicidade.

Estes limites foram questionados com regularidade ao longo do século XX. A fronteira com a ficção se tornou menos nítida em movimentos como o “novo jornalismo” praticado por Gay Talese, Tom Wolfe e Truman Capote, entre outros; ou o “jornalismo gonzo” imortalizado por Hunter Thompson (Sims, 2008; Underwood, 2008). Da mesma forma, a aproximação entre jornalismo e propaganda é frequentemente questionada em momentos de instabilidade política, como aqueles registrados durante guerras e conflitos, ocasiões em que os meios de comunicação são por vezes agenciados como instrumento para divulgação de informação de interesse das autoridades políticas e econômicas (Altheide, 2006; DiMaggio, 2008; Paddock, 2004).

Os limites normativos abrangem elementos formais e informais (Cornu, 1999; Keeble, 2009; Sanders, 2003) e cada uma destas vertentes, a seu modo, age sobre a informação. As normas formais estão disponíveis nos códigos de conduta que listam objetivamente as regras, os deveres e os procedimentos a que estão sujeitos os jornalistas durante o exercício da profissão (Boeyink, 1994; Sousa, 2001). Nos códigos de conduta, as fronteiras para produzir a informação são impostas de forma imperativa e explícita, cabendo aos infratores punições objetivas que podem ser impostas pelos próprios pares ou pelo sistema jurídico-legal. Mas não é apenas a dimensão punitiva que está presente nos códigos de conduta, pois são estes instrumentos que igualmente autorizam o jornalista a fazer o que é vedado a outros profissionais, como omitir a identidade de sua fonte em circunstâncias específicas.

Outras fontes formais são os manuais de jornalismo. Produzidos na forma de compêndio, costumam abranger uma ampla gama de conhecimentos que vão desde os princípios gerais da conduta profissional até uma descrição pormenorizada do estilo do texto jornalístico (Bard, 2005; Gradim, 2000; Martins Filho, 1997). Ainda que se apresentem de forma menos dogmática quando comparados aos códigos de conduta, os manuais são instrumentos fundamentais para reforçar uma ideologia própria do jornalismo, sobretudo aquilo que Rosenstiel e Kovach (2001) denominam como “a primeira obrigação do jornalista”: a verdade.

Assim, enquanto o Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros (FENAJ, 2007) explica que o “[...] compromisso fundamental do jornalista é com a verdade no relato dos fatos, deve pautar seu trabalho na precisa apuração dos acontecimentos e na sua correta divulgação”, o Manual de Redação do Jornal *O Estado de S. Paulo* faz referência explícita aos cânones jornalísticos da imparcialidade e objetividade: “Faça textos imparciais e objetivos. Não exponha opiniões, mas fatos, para que o leitor tire deles as próprias conclusões” (Martins Filho, 1997, p. 17).

Tal como o conjunto de documentos que apresentam a normatividade formal, as normas informais também exercem grande influência sobre a informação jornalística. Conforme observam Ericson, Baranek e Chan (1987), os jornalistas possuem um extenso “vocabulário de precedentes” que funciona como um estoque de conhecimento transmitido oralmente nas redações. Os autores argumentam que este vocabulário opera como uma espécie de “treinamento perpétuo” para ensinar os jovens e rememorar os mais experientes sobre o que é certo e o que é errado no interior das rotinas profissionais. Ao entrevistar repórteres e editores de jornais impressos, Breed (1955) verificou que os jornalistas tendem a dizer que os conhecimentos são adquiridos por “osmose” durante o processo ordinário de socialização no ambiente de trabalho.

A transmissão tácita de conhecimentos auxilia a manutenção de um senso identitário (Zelizer, 1993) que ultrapassa os limites geográficos da redação e estimula a propagação e manutenção de uma forte mitologia em torno do jornalismo (Schudson, 1992; Traquina, 1999). Amparados em pressupostos como “verdade” e “honestidade”, os jornalistas são constantemente evocados pela metáfora dos “cães de guarda” sempre alertas e dispostos a fazer de tudo para produzir e divulgar informação de interesse público. Por consequência, o jornalismo é enquadrado como um contra-poder, ou o “Quarto Poder” (Hampton, 2010), para impedir os mandos e desmandos dos poderes hegemônicos. A este respeito, o escândalo *Watergate* entrou para a história como um marco simbólico no qual “[...] o mito reivindica que o jornalismo, em particular dois jovens repórteres do *Washington Post*, derrubaram o presidente dos Estados Unidos”<sup>74</sup> (Schudson, 1992, p. 28).

A partir da definição de jornalismo proposta por Schudson (2003) e da subsequente análise dos elementos que a compõe, torna-se inequívoca a direta relação entre a prática jornalística e a informação que dela deriva. A informação jornalística é uma construção discursiva com regularidades estruturais que evidenciam dinâmicas próprias de produção e interpretação (van Dijk, 1988), bem como o contrato comunicacional estabelecido entre os entes envolvidos na troca discursiva (Charaudeau, 2006). Estruturas narrativas clássicas da informação jornalística, como a pirâmide invertida e o lead, representam a realização discursiva dos princípios profissionais (Mindich, 1998). São estas estruturas que permitem ao jornalista divulgar os acontecimentos de forma ágil e direta, condensando as informações essenciais logo no início do texto. O típico relato jornalístico sobre um acidente aéreo não começa com a descrição da decolagem, mas com um conjunto restrito de elementos que derivam da queda. O “agora permanente”, conforme descrito anteriormente, condiciona a textualidade ao apresentar uma fórmula narrativa que subverte a sucessão cronológica para privilegiar os “fatos”.

---

<sup>74</sup> Tradução nossa a partir do original: “[...] the myth asserts that journalism, in particular two young Washington Post reporters, brought down the president of the United States.”



Ao analisar o princípio da objetividade como um “ritual estratégico”, Tuchman (1999) demonstra como a informação é moldada para gerar uma textualidade que serve de escudo a repórteres e editores contra as frequentes acusações de manipulação e inclinação ideológica. A busca por responder um número limitado de questões com a máxima precisão - “Quem/O quê? Quando? Como? Onde? Por quê?” - revela a pretensão de afastar os perigos da subjetividade. Outro recurso bastante utilizado é a citação direta das fontes de informação para estabelecer “uma distância entre o jornal e a pessoa ou opinião citada”<sup>75</sup> (Dijk, 1988, p. 136). Entretanto, as aspas podem ser mais do que uma sinalização de distanciamento, como demonstra o uso corrente deste recurso para camuflar posições ideológicas: “ao acrescentar mais nomes e citações, o repórter pode tirar as suas opiniões da notícia conseguindo que outros digam o que ele próprio pensa” (Tuchman, 1999, p. 82).

O que se pretende deixar claro com a análise realizada até aqui é a vinculação direta entre a informação jornalística, a prática profissional e as tecnologias comunicacionais. Mesmo que tal afirmação pareça óbvia, ela se mostra importante porque permite inferir um processo dinâmico. Mudanças na prática profissional e na tecnologia tendem a provocar alterações na informação dela proveniente. Um exemplo recente desta vinculação é o surgimento de novas propostas de produção e apresentação da informação jornalística na web, como os modelos estruturais “Pirâmide Deitada” (Canavilhas, 2007), “News Diamond” (Bradshaw, 2007) e “Black’s Wheel” (Martinez & Ferreira, 2010). A despeito de suas particularidades, os três modelos confrontam a concepção inicial do lead e da pirâmide invertida a partir de mudanças tecnológicas (hiperlink, banco de dados, etc) e profissionais (jornalismo multimídia).

Portanto, é preciso conectar a informação jornalística ao contexto sócio-histórico de sua produção e circulação, incluindo no debate a sempre presente interface entre comunicação e tecnologia, conforme apresentado na seção 1.1. Diante deste raciocínio, a presente tese concorda com a síntese argumentativa de Rantanen (2009): “nossa compreensão das notícias é baseada essencialmente no conceito de notícia eletrônica do século XIX”<sup>76</sup> (p. 18). Se esta proposição estiver correta, a definição de Schudson (2003) só pode ser considerada integralmente válida quando inserida nos preceitos do século XIX, que encontraram substratos sociais e tecnológicos férteis para se consolidar no século XX. Porém, a mesma definição encontra dificuldades para se sustentar no cenário atual.

---

<sup>75</sup> Tradução nossa a partir do original: “a distance between the newspaper and the person or opinions quoted.”

<sup>76</sup> “[...] our understanding of news is primarily based on the nineteenth-century concept of electronic news.” (p. 18)

### 3.1.3 A evolução da informação jornalística

Visto que o conceito de notícia é sempre derivado do contexto de produção, é possível encontrar outras definições de informação jornalística ao ajustar o foco para uma etapa “pré-eletrônica”, baseada no impresso, bem como numa etapa “pós-eletrônica”, marcada pelo digital. É o que faz Rantanen (2009) ao dividir a linha evolutiva do jornalismo em três fases históricas. Na primeira, localizada grosso modo entre 1500 e 1800, a ausência de mecanismos tecnológicos ágeis representava uma barreira significativa para que a notícia abordasse os fatos realmente novos. Do ponto de vista tecnológico, a prensa tipográfica abriu o caminho para a periodização que marca a rotina jornalística e obrigou os produtores de informação a aplicar um filtro para registrar os fatos mais importantes diante das restrições materiais. O processo embrionário que conduziu ao jornalismo moderno estava em pleno desenvolvimento, entretanto, havia um considerável hiato temporal entre o acontecimento e seu relato público devido às dificuldades físicas na distribuição. A comunicação dependia de rotas terrestres e marítimas para distribuição de panfletos e jornais, como foi descrito no Capítulo 1 a partir do trabalho de Briggs e Burke (2006).

A informação era uma “novidade” para a audiência, mesmo que tratasse de fatos “velhos”. A notícia não era portadora de uma novidade “intrínseca”, mas sim “extrínseca”, porque o reconhecimento do que era “novo” dependia da ignorância do leitor. Por consequência, a influência da informação sobre a vida imediata das pessoas era pequena devido à ausência de partilha temporal em relação ao acontecimento relatado. Além do mais, a dilatação cronológica trazia outro efeito colateral, pois dificultava a verificação dos dados transmitidos para atestar a autenticidade, o que abria espaço para narrativas que misturavam realidade e ficção. São muitas as características desta fase que tornam difícil associar a definição de Schudson (2003) ao jornalismo pré-eletrônico.

O contexto se altera gradualmente com a introdução do telégrafo e dos cabos submarinos no século XIX. A velocidade da transmissão alterou a percepção sobre o que devia ser considerado informação jornalística. O caráter “novo” de uma notícia podia ser medido em horas ou minutos e, de fato, as agências noticiosas começaram a prosperar ao vender “novidades” para os jornais (Silberstein-Loeb, 2014). A supressão espaço-temporal instaurou a fase “industrial” da notícia-mercadoria que obedecia a rotinas cada vez mais bem definidas de produção. Para se inserir na lógica comercial, a informação jornalística precisava estar conectada ao tempo presente e restrita aos limites da realidade. A consolidação deste modelo levou à profissionalização dos jornalistas no início do século XX, concomitante ao crescente interesse acadêmico sobre a temática do jornalismo e a constituição dos primeiros cursos universitários dedicados a formar trabalhadores para as redações.

Entretanto, Rantanen (2009) distingue duas temporalidades definidoras da fase eletrônica. Uma é a temporalidade da notícia em si - o “presente instantâneo”, a “novidade” -, outro é a temporalidade da distribuição e do consumo da notícia. O jornalismo prospera ao criar uma relação econômica favorável entre uma grande demanda por notícias e o controle sobre a oferta deste bem de consumo. Eram as empresas jornalísticas que definiam “quando” a informação estaria disponível, estabelecendo rotinas cronometradas de consumo. Para a crescente audiência, “as notícias marcavam o tempo do mesmo modo que os relógios faziam” (Rantanen, 2009, p. 126). Em suma, a nova temporalidade da informação jornalística oriunda do desenvolvimento das tecnologias eletrônicas era condicionada pelo número limitado de canais informativos, o que favorecia um modelo massivo de transmissão (DeFleur & Ball-Rokeach, 1993; McQuail, 2003).

Na medida em que o tempo do noticiário se tornou regular e previsível (Rantanen, 2009), a informação jornalística deixa de ser uma velha novidade ocasional e passa a operar como uma novidade instantânea partilhada de forma ritualística por grandes contingentes humanos. A relação entre informação e temporalidade inscrita nos meios de comunicação de massa é decisiva para a noção de “comunidades imaginadas” desenvolvida por Anderson (1991), que descreve o jornal impresso como uma “forma extrema do livro” concebido como um “*one day best-seller*” aplicado ao cotidiano das multidões:

“[A leitura] se realiza em uma intimidade silenciosa, no recôndito do crânio. Mas cada comunicante está bastante consciente de que a cerimônia que executa está sendo replicada simultaneamente por milhares (ou milhões) de outras pessoas cuja existência ele está certo, mas das quais não tem a menor noção da identidade. Além do mais, esta cerimônia se repete incessantemente em intervalos diários ou dentro de um mesmo dia durante todo o ano.”<sup>77</sup> (Anderson, 1991, p.35)

Rantanen (2009) apresenta uma terceira fase no desenvolvimento histórico da noção de notícia desencadeada por inovações tecnológicas no final do século XX, mais precisamente nos anos 1980, quando surgem as primeiras emissoras de TV dedicadas 24 horas por dia ao jornalismo. A rede norte-americana CNN é o ícone máximo deste gigantesco setor que utiliza a infraestrutura de satélites e cabos para oferecer informação jornalística de forma ininterrupta em escala global. A invenção da *World Wide Web*, em 1989, e a popularização da internet, na década seguinte, foram decisivas na consolidação do estatuto informacional, pois a hiperconexão favoreceu o fluxo e enfraqueceu o controle sobre a circulação de conteúdos.

---

<sup>77</sup> Tradução nossa a partir do original: “It is performed in silent privacy, in the lair of the skull. Yet each communicant is well aware that the ceremony he performs is being replicated simultaneously by thousands (or millions) of others of whose existence he is confident, yet of whose identity he has not the slightest notion. Furthermore, this ceremony is incessantly repeated at daily or half-daily intervals throughout the calendar.”

Claro que a internet não é livre de barreiras e constrangimentos, sendo possível verificar diferentes topologias e hierarquias no interior das redes digitais (Recuero, 2009), porém, não são mais as empresas jornalísticas que definem o tempo das notícias: “A notícia se tornou atemporal porque ela está disponível o tempo todo. (...) As pessoas não têm de esperar pelas notícias, pois elas estão em todo lugar, mesmo quando se viaja. A notícia deixou de ser um marcador de tempo visto que seu fluxo é constante” (Rantanen, 2009, pp. 126-7). Ao perder gradualmente o lastro com os tempos cronometrados, a informação jornalística perde sua condição ritualística e passa a integrar um sistema muito maior de informação. Imersa em “dilúvio informacional” (Gleick, 2012), a notícia não está ligada apenas a um tempo presente dos acontecimentos, mas coincide também com a experiência presente da audiência. Ao circular ininterruptamente lado-a-lado com um enorme contingente de informação, a notícia perde a primazia sobre horários e circunstâncias particulares de consumo. Sem as condições de exclusividade do passado, precisa se destacar entre tantas outras informações.

Além da “atemporalidade” da informação jornalística, é possível listar outros pontos de tensão sobre o conceito de notícia que emergiu no século XIX e que se manteve relativamente estável por boa parte do século XX. Em primeiro lugar, as tecnologias digitais rompem as velhas limitações físicas que tornavam a informação um produto escasso e, por consequência, o jornalista perde a primazia sobre sua *commodity*. Jornalismo não é mais apenas “o negócio de um conjunto de instituições”, como afirma Schudson (2003, p. 11) ao se referir às empresas jornalísticas. É também o negócio de blogueiros (Escobar, 2009; Folleto, 2011; Rodrigues, 2006; Satuf, 2008; Singer, 2006), de redes sociais on-line (Gangadharbatla, Bright, & Logan, 2014; Hermida, 2014; Newman, 2011; Primo, 2011; Zago & Bastos, 2013), de coletivos independentes (Belisário, Barreto, Uchoas, Castro, & Bentes, 2008; D’Andréa & Ziller, 2014; Gillmor, 2004; Peruzzo, 2013) e de startups (Ananny & Crawford, 2014; Carlson & Usher, 2015; Chadha, 2015).

Quando outros atores entram em cena, sejam indivíduos ou corporações, o estatuto da informação jornalística apresenta uma inequívoca tendência a se alterar. O acesso restrito a dados e fontes garantia aos repórteres uma posição privilegiada em relação ao restante da sociedade, o que tornava difícil ou mesmo impossível contestar a validade das informações produzidas. A noção de “verdade” associada às notícias produzidas por jornalistas sofre um duro golpe ao ser diretamente confrontada por agentes externos. Não se trata de uma retomada da dicotomia “realidade *versus* ficção” que marcou a fase pré-eletrônica, muito menos de uma “verdade presumida” decorrente do código deontológico que prevaleceu na constituição do jornalismo moderno (Rantanen, 2009). Quando a veracidade da informação pode ser questionada por qualquer um, o que está em causa é a posição social dos jornalistas. Como ressaltam Kovach e Rosenstiel (2010), o jornalismo era “uma indústria que controlava a notícia, assumia essa responsabilidade com seriedade e

geralmente não reconhecia suas próprias limitações. Como tal, tendia a falar para o público com um tom de garantida autoridade”<sup>78</sup> (p. 3).

Diante da argumentação apresentada até aqui, esta tese concorda com a posição aparentemente radical de Anderson, Bell, & Shirky, (2012, p. 3) - “there is no such thing as the news industry anymore”. Se não existe mais uma “indústria da notícia”, como fica o estatuto da informação jornalística no século XXI? É preciso analisar a condição “pós-industrial” do jornalismo e as novas dinâmicas de produção e circulação associadas às tecnologias e práticas vigentes.

### 3.2 As teorias do jornalismo industrial

“A nossa, ao que parece, é a era das notícias, e um dos acontecimentos mais importantes na civilização Americana foi a ascensão do repórter”<sup>79</sup> (Park, 1940, p. 686). Esta brevíssima passagem extraída de um texto publicado há mais de sete décadas serve como adágio da investigação sobre jornalismo no século XX. Em primeiro lugar, a sentença exalta a importância dos meios de comunicação na constituição das sociedades contemporâneas, observação essencial para que o jornalismo deixasse de ser coadjuvante no interior de outras áreas científicas para se afirmar como disciplina com abordagens e teorias próprias. Logo em seguida, a sentença trata com especial reverência o profissional que dá vida às notícias, estabelecendo o jornalista como um elemento de preocupação central para o debate científico.

Além disso, há uma outra dimensão relevante encapsulada na breve citação acima. O trecho foi extraído de um ensaio redigido por um sociólogo (Robert Park) e publicado em uma revista acadêmica especializada em sociologia (*The American Journal of Sociology*). Portanto, o enunciador é representante de uma disciplina que assumiu posição de indiscutível destaque na investigação científica a respeito da atividade jornalística. Os trabalhos sociológicos, sobretudo aqueles desenvolvidos em universidades e centros de pesquisa dos Estados Unidos, foram responsáveis por instaurar uma das mais profícuas linhas de pensamento sobre o jornalismo: a sociologia da notícia (Schudson, 1989; Reese & Ballinger, 2001).

Mesmo reconhecendo as contribuições fundamentais da sociologia para a consolidação da pesquisa sobre processos e práticas jornalísticas, seu predomínio ao longo de sucessivas décadas apresenta consequências decisivas para o campo de estudo, como alguns “efeitos

---

<sup>78</sup> Tradução nossa a partir do original: “it was an industry that all but controlled the news, took that responsibility seriously, and by and large did not recognize its own shortcomings. As such, it tended to speak to the public with a tone of authoritative reassurance.”

<sup>79</sup> Tradução nossa a partir do original: “Ours, it seems, is an age of news, and one of the most important events in American civilization has been the rise of the reporter.”

colaterais” indesejados. Conforme adverte Zelizer (2004), a “investigação sociológica moldou o conhecimento do jornalismo ao favorecer o estudo das práticas dominantes em detrimento das desviantes e ao congelar momentos dentro do processo de produção da notícia para a análise, em vez de considerar o fenômeno como um todo”<sup>80</sup> (p.11). Como o objetivo principal do sociólogo é identificar regularidades no interior das organizações e os padrões de interação envolvendo os atores observados, acaba por afastar o que é considerado excêntrico, seja do ponto de vista dos objetos ou dos métodos de investigação<sup>81</sup>.

### 3.2.1 Gatekeeping e controle social das redações

O corpo teórico sobre o jornalismo começou a ganhar forma no limiar da segunda metade do século XX com a publicação de dois estudos fundamentais para constituição do campo: “The ‘gate keeper’: a case study in the selection of news”, de David White; e “Social control in the newsroom: a functional analysis”, de Warren Breed. Reese e Ballinger (2001) reconhecem a grande influência destes trabalhos no posterior desenvolvimento do campo, sobretudo a dimensão funcionalista da análise, caracterizada pela identificação das regularidades durante o processo de resolução de problemas. Como o “problema” central do jornalismo é solucionar os muitos dilemas relacionados à notícia (seleção, produção e publicação), o pesquisador deve se concentrar nas operações ditas “normais” que levam ao correto funcionamento da prática. Tudo o que não se adapta às normas observadas durante o processo de investigação pode ser afastado sob o rótulo de “disfunção”, o que pode ser visto, segundo argumentam Reese e Ballinger (2001), como uma herança do pensamento funcionalista de Paul Lazarsfeld e Robert Merton sobre as construções teóricas de White e Breed.

Uma breve incursão sobre as abordagens do gatekeeper e do controle social das redações revela nuances da sociologia funcionalista e sua influência geral sobre a constituição de uma “teoria do jornalismo” ou das diversas “teorias do jornalismo”. White (1950) observou o trabalho cotidiano de um editor telegráfico responsável por selecionar as informações provenientes das agências noticiosas para publicação no jornal impresso do dia seguinte. O editor, descrito metaforicamente como o “portão” (*gate*), precisava resolver um problema: justificar suas escolhas no intenso trabalho de aprovação e descarte do enorme volume de material que recebia durante a jornada de trabalho. Aqui surge a primeira dimensão funcionalista da teoria do gatekeeper. Para explicar o fenômeno, o cientista social “congela” o fenômeno, em sintonia com a crítica de Zelizer (2004), analisando tão

---

<sup>80</sup> Tradução nossa a partir do original: “Sociological inquiry has shaped journalism scholarship by favoring the study of dominant practices over deviant ones and by freezing moments within the news-making process for analysis rather than considering the whole phenomenon.”

<sup>81</sup> Seria incorreto e até mesmo injusto dizer que toda investigação sociológica se concentra na normatividade social. Goffman (1974) e Becker (2008) possuem obras sobre a “sociologia do desvio” que espiraram novas abordagens teóricas e metodológicas.

somente o “último gatekeeper” descrito no estudo de White como o “mais importante” na cadeia de gatekeepers.

Em linhas gerais, a teoria sustenta que as justificativas para seleção ou rejeição das notícias das agências estão baseadas em juízos de valor bastante subjetivos do jornalista. Contudo, mesmo diante de uma abordagem individualizada da atividade jornalística, o trabalho busca compreender o que é ordinário e generalizável, expondo uma segunda dimensão funcionalista presente na teoria. Apelidado de “Mr. Gates”, o jornalista que serve à empiria é descrito como autêntico representante da classe dos editores telegráficos, “cujo trabalho é parecido com aquele que os jornalistas têm por todo o país em centenas de jornais”<sup>82</sup> (White, 1950, p. 348). Toda a potencial idiossincrasia de “Mr. Gates” se vê diluída na necessidade de inseri-lo num suposto padrão “médio” existente em outras redações.

Ainda dentro da tradição funcionalista, mas privilegiando uma abordagem organizacional do jornalismo, Breed (1955) promove uma investigação a partir de um universo de 120 jornalistas empregados em jornais de média tiragem localizados majoritariamente na região nordeste dos Estados Unidos. O estudo tem como objetivo compreender como as redações “funcionam” a partir de um sistema de recompensa e punição que busca o “equilíbrio” nas relações entre jornalistas que exercem a função de repórter e a chefia, representada por editores e *publishers* (os proprietários dos jornais). A explicitação ao “controle social” logo no título do artigo denota a implacável busca da sociologia funcionalista pelos elementos que se apresentam como norma.

A obsessão sociológica pelos padrões fica evidente na descrição das “razões para o conformismo para com a orientação política”, apresentadas como um conjunto de regularidades identificáveis: 1) autoridade institucional; 2) sentimento de obrigação e estima para com os superiores; 3) aspirações de mobilidade; 4) ausência de grupos de lealdade e conflito; 5) prazer da atividade; 6) notícia como um valor. Mesmo quando analisa os subterfúgios usados por jornalistas mais experientes para driblar a linha editorial e a orientação ideológica do jornal, Breed (1955) relata tais artimanhas como “padrões” de comportamento desviante.

### 3.2.2 Newsmaking

Ainda que as duas abordagens pareçam hoje muito simplificadas e até mesmo ingênuas diante dos avanços nos estudos do jornalismo, as teorias do gatekeeper e do controle social (também conhecida como teoria organizacional) serviram de esteio para um

---

<sup>82</sup> Tradução nossa a partir do original: “[...] is similar to that which newspapermen throughout the country hold in hundreds of non-metropolitan newspapers”.

emergente grupo de investigações que ganhou corpo entre os anos 1970 e 1980. Genericamente agrupadas sob o termo “newsmaking”, possuem como traço comum a etnografia como método de exploração da microssociologia das redações associada à abordagem macrossociológica das complexas relações que as empresas jornalísticas e seus profissionais estabelecem com outras organizações e com a sociedade em geral (Traquina, 2002; Wolf, 2009).

Zelizer (2004) destaca três obras fundamentais para consolidação dos estudos do jornalismo: “Making news: a study in the construction of reality” (Tuchman, 1978), “Deciding what’s news: a study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek, and Time” (Gans, 1979) e “Manufacturing the news” (Fishman, 1980). Não é preciso muito esforço para observar certa homogeneidade teórica e metodológica: todos foram escritos por pesquisadores com sólida formação em sociologia, as redações norte-americanas configuram-se como objeto de estudo e a etnografia é o método básico de investigação. Além disso, é digno de nota o fato de a publicação das três obras ter ocorrido com apenas um ano de diferença entre si, de 1978 a 1980, tendo como foco o jornalismo praticado nos anos 1970. Portanto, o que se instituiu como paradigma disciplinar é, na verdade, uma visão circunscrita a imperativos temporais e espaciais.

De acordo com Wahl-Jorgensen (2010), a tendência histórica em estudar as grandes empresas jornalísticas pode ser explicada pelas políticas de financiamento vigentes no campo acadêmico. A vinculação da pesquisa a instituições que gozam de grande prestígio social pode ser um fator importante na hora de obter verba para a investigação, ou seja, o status é uma variável que age diretamente sobre a escolha do objeto de estudo. Esta limitação tem consequências diretas sobre o conhecimento gerado:

A ênfase em formas particulares de produção jornalística significa que reunimos um impressionante corpo de evidências sobre determinadas tribos jornalísticas, enquanto ignoramos quase que completamente outras. Na ausência de relatos concorrentes, as tribos cuja experiência vivida foi amplamente documentada por etnógrafos se tornam a descrição universal(izante) e dominante sobre o que o jornalismo é.<sup>83</sup> (Wahl-Jorgensen, 2010, p. 28)

Sem o estímulo à pluralidade, o estudo do jornalismo mostrou-se ao longo do tempo pouco atento ao que se passa fora do “*mainstream*” midiático. As redações menores e/ou regionais foram marginalizadas em detrimento daquelas de âmbito nacional, provocando uma lacuna importante para a emergência de outras versões sobre o jornalismo ou, quem

---

<sup>83</sup> Tradução nossa a partir do original: “The emphasis on particular forms of journalistic production means that we have gathered an impressive body of evidence about particular journalistic tribes, while almost completely ignoring others. In the absence of competing accounts, the tribes whose lived experience has been amply documented by ethnographers come to stand in as the universal(izing) and authoritative descriptions of what journalist is all about.”



sabe, até mesmo outras teorias. Algo semelhante pode ser dito sobre a “mídia alternativa”, que em muitos casos não se organiza aos moldes de uma redação e cujos participantes sequer são considerados “jornalistas” de pleno direito. À semelhança das críticas apresentadas por Zelizer (2004), Deuze e Witschge (2015) sustentam que os acadêmicos (de forma intencional ou não) “contribuem para reificar o jornalismo como um objeto delimitado, legitimando, assim, os seus próprios preconceitos e fetiches em relação ao campo” (p. 6).

A condição paradigmática do newsmaking (ou sociologia da notícia) é facilmente reconhecida em outras áreas que não partem de pressupostos sociológicos, mas que se debruçam sobre estes para compreender fenômenos associados ao jornalismo. É o caso, por exemplo, da análise do discurso aplicada às notícias. No primeiro capítulo de uma das obras mais representativas da área - “News as discourse” -, van Dijk (1988) cita os trabalhos de Tuchman (1978), Gans (1979) e Fishman (1980) no interior da seção “Estudos pioneiros da notícia: uma breve revisão” (*Earlier studies of news: a brief review*). A dimensão sociológica torna-se um marco teórico importante, mesmo quando seus pressupostos e resultados são analisados criticamente por outros ramos do conhecimento científico. De fato, a análise do discurso por vezes reforça algumas posições centrais do newsmaking, como o recurso da objetividade como ritual estratégico implícito na estrutura da informação:

[...] as citações são a proteção do repórter contra a calúnia ou a difamação, e a ilusão retórica de veracidade aqui encontra seu correlato social e legal na veracidade da representação (Tuchman, 1972). Que as citações raramente são totalmente corretas contextualmente é irrelevante. Elas simplesmente devem sugerir que são verdadeiras, daí a sua função e efeito retóricos.<sup>84</sup> (van Dijk, 1988, p. 87)

Apesar de o newsmaking comportar diferentes subcorrentes teóricas<sup>85</sup>, pode-se argumentar que “rotina” é a palavra-chave que conecta os investigadores que se inserem nesta tradição acadêmica. Os trabalhos etnográficos buscam estabelecer pela observação direta os contornos da cultura profissional dos jornalistas a partir das práticas rotineiras estabelecidas dentro de uma estrutura organizacional com relativa autonomia frente a outros campos sociais. Mais do que um fim ou um objetivo a ser alcançado por meio do

---

<sup>84</sup> Tradução nossa a partir do original: “[...] quotations are the reporter's protection against slander or libel, and the rhetorical illusion of truthfulness here finds its social and legal correlate in the veracity of representation (Tuchman, 1972). That quotations are seldom fully correct contextually is irrelevant. They should merely suggest that they are true, hence their rhetorical function and effect.”

<sup>85</sup> Traquina (2002), por exemplo, distingue as subcorrentes “estruturalista” e “interacionista”. Ambas reconhecem a notícia como construção social da realidade, mas divergem sobre a ação de fontes oficiais sobre o jornalismo. Enquanto os estruturalistas tendem a reforçar a primazia dos “primary definers” (fontes de informação com status político e econômico) sobre a construção da notícia, os interacionistas buscam caracterizar a ação externa por meio de um sistema de negociação entre os jornalistas e as fontes.

estudo sistemático de interações pessoais e organizacionais, a rotina é assumida como um princípio norteador. Assim, diante do aparente caos cotidiano das redações, Tuchman (1973) buscou compreender os procedimentos razoavelmente cristalizados pelos quais os jornalistas operam. As rotinas não aparecem como o resultado da observação na parte final do estudo, pelo contrário, surgem logo na pergunta que estabelece o fio condutor da análise: “como pode uma organização rotinizar o processamento de eventos inesperados?”<sup>86</sup> (Tuchman, 1973, p. 111).

### **3.2.3 Abordagens micro e macrosociológicas**

O que esta seção pretende deixar claro é que a referência genérica às “teorias do jornalismo” está diretamente associada à tradição sociológica sobre a prática jornalística tal como estabelecida no século XX. Há certo consenso entre os estudiosos da área (Correia, 2011; Reese & Ballinger, 2001; Sousa, 2002; Traquina, 2002; Zelizer, 2004) de que as teorias clássicas do jornalismo - desde a ingênua teoria do espelho até as mais complexas e sofisticadas abordagens construtivistas - estão amparadas em pressupostos sociológicos que remontam aos trabalhos de White (1950) e Breed (1955) e que avançaram com o crescente interesse sobre o newsmaking.

Na perspectiva microsociológica, a informação jornalística é o resultado de uma extensa cadeia operacional no interior da qual os jornalistas promovem negociações entre si para manufaturar um produto final a ser disponibilizado para o público-consumidor (Figura 4). A abordagem macrosociológica descreve a informação jornalística como o produto resultante de um conjunto de negociações entre determinada organização jornalística, que goza de relativa autonomia, e agentes externos (institucionais e não-institucionais, públicos ou privados) ligados ou não ao setor midiático (Figura 5).

---

<sup>86</sup> Tradução nossa a partir do original: “[...] how can an organization routinize the processing of unexpected events?”

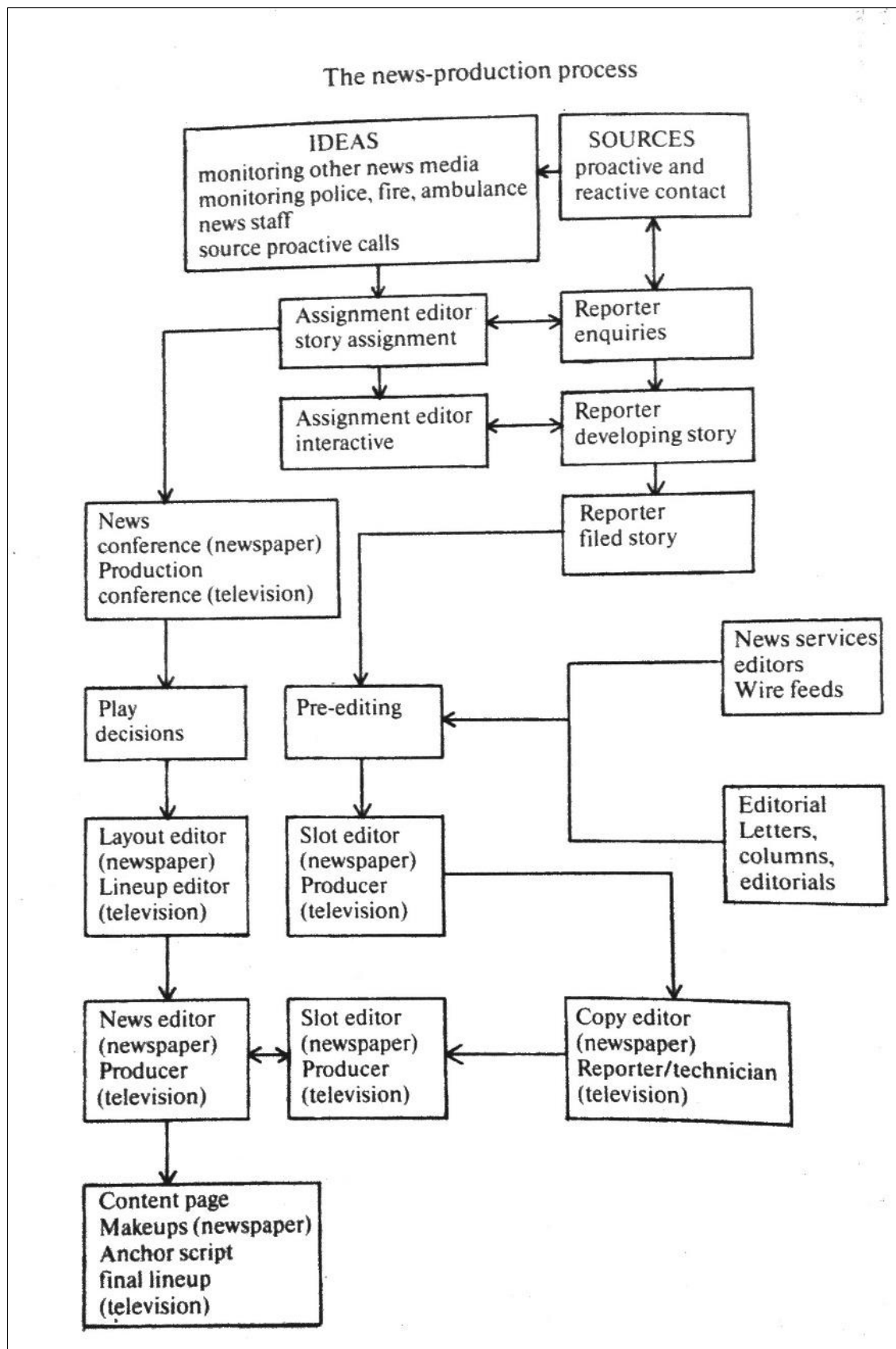
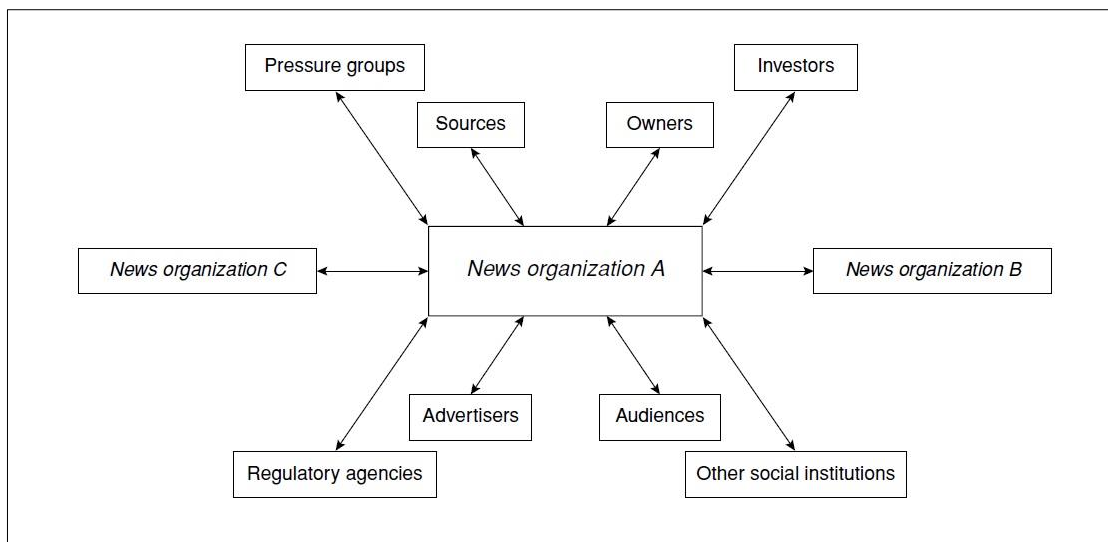


Figura 4: Abordagem microsociológica do newsmaking

Fonte: Ericson, Baranek e Chan (1987, p. 98)



**Figura 5:** Abordagem macrosociológica do newsmaking

Fonte: Tuchman (2002, p. 80)

Não está em causa a validade da tradição sociológica sobre os estudos do jornalismo. De fato, muito do que se conhece hoje sobre a profissão é fruto do trabalho exaustivo de pesquisadores que escrutinaram diversos aspectos de uma prática extremamente importante para o desenvolvimento humano dos últimos dois séculos. Entretanto, o que se observa nas figuras 4 e 5 são organogramas que buscam explicar um tipo específico de prática jornalística inserida numa abordagem essencialmente industrial, sendo o termo “indústria da notícia” (*news industry*)<sup>87</sup> empregado com frequência para inscrever o jornalismo na ordem socioeconômica dominante.

As raízes da industrialização da notícia remontam à segunda metade do século XIX, quando inovações tecnológicas passaram a exigir maior aporte financeiro para produzir e publicar informação, transferindo o controle dos jornais das mãos de proprietários individuais ou de pequenos grupos para corporações com elevado poder financeiro. O processo de impressão em grande escala dependia de máquinas sofisticadas e caras para a época, como a prensa a vapor e o linotipo, enquanto o trabalho de apuração e edição era cada vez mais dependente do telégrafo, do telefone e da máquina de escrever (Baldasty, 1992). A tecnologia não influenciou somente o surgimento de grandes corporações, também estimulou a divisão de trabalho e a hierarquização de cargos nas redações, desencadeando a profissionalização da atividade (Salcetti, 1995; Solomon, 1995). Chester Lord, editor-executivo do *New York Sun* durante mais de três décadas, destacou como a dimensão técnica estimulou a gradual separação das tarefas:

<sup>87</sup> Os termos indústria da mídia ou indústria midiática são empregados frequentemente como sinônimos de indústria da notícia. Esta tese elege este último por promover a imediata vinculação entre as práticas industriais e a informação jornalística.

A invenção da máquina de escrever ajudou consideravelmente a acelerar a composição do jornal. O repórter podia ditar sua narrativa. Nos velhos tempos, ele frequentemente tinha que fazer uma longa viagem até a sede do jornal antes de começar a trabalhar com lápis e papel. Agora, se for preciso, ele dita sua reportagem por telefone para o redator na redação. Correspondentes do jornal que estão a quinhentos ou mesmo mil milhas de distância fazem este tipo de telefonema emergencial.<sup>88</sup> (Lord, 1922, p. 43)

A divisão de trabalho - repórter, redator, correspondente - e a estratificação hierárquica nas redações - editores, diretores - foram aperfeiçoadas no século XX com o surgimento do rádio e da televisão. Para prosperar na era da mídia eletrônica e da sociedade de massa, os jornalistas dependiam de um sofisticado sistema de produção centrado no encadeamento sincronizado de operações padronizadas. Com o passar dos anos, as empresas jornalísticas desenvolveram estratégias e rotinas que se assemelham a uma complexa linha de montagem industrial, como demonstra a figura 4. O jornalismo cresceu consoante à consolidação das ideologias fordista e taylorista aplicadas ao sistema econômico, com destaque para a padronização das tarefas como meio para atingir a máxima eficiência produtiva.

A concepção da redação jornalística como um processo fabril está muito presente em todo o desenvolvimento do newsmaking. Num sugestivo artigo intitulado *"The news factory"*, Bantz, McCorkle, e Baade (1980) descrevem cinco etapas na "fabricação" da notícia televisiva: 1) idealização da estória; 2) distribuição das tarefas; 3) recolha e estruturação do material; 4) montagem; 5) apresentação do noticiário. Cada etapa convoca um conjunto de profissionais treinados para executar tarefas repetitivas. Gans (1979) faz a mesma analogia ao afirmar que "as organizações noticiosas são linhas de montagem nas quais as pessoas precisam trabalhar juntas para manufaturar um produto contra um deadline"<sup>89</sup> (p. 98). Além da metáfora da "linha de montagem", pode-se verificar outros padrões industriais: superespecialização profissional, economia de escala, gestão centralizada e padronização do produto final (Aguiar, 2014).

Portanto, as teorias do gatekeeper e do controle social da redação, bem como aquelas que derivaram desta tradição podem ser hoje agrupadas sob a chancela de "teorias do jornalismo industrial". Diante das muitas evidências que se revelam no desenvolvimento

---

<sup>88</sup> Tradução nossa a partir do original: "The invention of the typewriter has helped vastly to speed up newspaper composition. The reporter may dictate his narrative. In the old days frequently he had to make a long journey to the newspaper office before beginning to work with pen or pencil. Nowadays, if need be, he dictates his report through the telephone to a typewriter in the office. Newspapers correspondents five hundred, and even one thousand miles away do this kind of emergency telephoning."

<sup>89</sup> Tradução nossa a partir do original: "[...] news organizations are assembly lines on which people must work together to manufacture a product against a deadline[...]"

recente da atividade jornalística, surge uma questão crucial: As teorias do jornalismo industrial podem ser aplicadas aos novos objetos de estudo?

### 3.3 Jornalismo pós-industrial: novas abordagens

Um conjunto recente de estudos com diversas abordagens teóricas e metodológicas tem tentado compreender a tão propalada “crise” que se instala no interior do jornalismo desde o final dos anos 1990 e que se acentuou no início do século XXI (Costa, 2014; van der Wurff, 2012; Hirst, 2011; Meyer, 2009; Russell, 2011). Dados globais revelam que os jornais impressos e as revistas perdem leitores em ritmo acelerado e possuem dificuldade para captar receitas provenientes de anunciantes. Os meios eletrônicos enfrentam problema semelhante para reter a atenção da audiência, elemento fundamental na negociação do valor cobrado pelo espaço publicitário no rádio e na TV. Os anunciantes - quer sejam entidades públicas, privadas ou de economia mista - foram os principais financiadores do jornalismo desde os primórdios da comunicação massiva e do sistema *broadcasting* de comunicação.

Diante das crescentes dificuldades financeiras e da incapacidade de reverter rapidamente a situação, os conglomerados jornalísticos estão obrigados a tomar medidas drásticas em caráter emergencial. Em geral, a contenção de gastos apresenta reflexos negativos para a qualidade do serviço prestado: redução do número de páginas de jornais e revistas, cortes de correspondentes e escritórios em outras praças, diminuição da produção de conteúdos originais e, claro, a demissão de muitos jornalistas profissionais. Tais medidas tendem a amenizar o ritmo da queda, mas não são suficientes para reverter a curva descendente nos balanços financeiros. Diante das muitas evidências, pode-se dizer que “sim”, existe uma “crise” no jornalismo, mas esta deve ser devidamente enquadrada para se evitar tanto a banalização do termo quanto a incompreensão do fenômeno.

O que está em xeque não é a relevância da atividade jornalística, mas um determinado modelo de negócio sobre o qual a profissão se estabeleceu historicamente. A crise está vinculada ao sistema massivo em que a notícia assume o caráter de mercadoria cujo valor está diretamente associado à capacidade de atrair a atenção de um grande público (Marcondes Filho, 1986). A bem da verdade, o jornalismo industrial não lucra com a informação propriamente dita, mas sim, com a exploração de uma expressiva audiência transformada em commodity na negociação com anunciantes (Webster e Phalen, 1997). Os indivíduos são contabilizados aos milhares ou milhões e vendidos como dados estatísticos. Costa (2014) avança a questão ao descrever um cenário mais amplo em que o problema perpassa toda a “cadeia de valor clássica” do jornalismo industrial a partir da qual os grandes conglomerados controlavam 100% do negócio:

Nessa cadeia de valor - produção de conteúdo, manejo técnico (máquinas impressoras ou emissão de sinais) e distribuição (seja por meios físicos, seja por ondas eletromagnéticas) -, a empresa editora domina completamente seu negócio. Tem total controle sobre ele. Ela contrata os produtores de conteúdo. Ela compra ou mantém os sistemas de impressão e da emissão do sinal. Ela cuida da distribuição, sem dar satisfações a não ser a seus leitores, ouvintes e/ou telespectadores. (Costa, 2014, p. 56)

Diante das nítidas rupturas nessa cadeia de valor, Anderson, Bell e Shirky (2012) defendem a emergência do “jornalismo pós-industrial”, expressão originalmente cunhada em 2001 pelo jornalista norte-americano Doc Searls. Ainda que os autores não façam referência direta a um importante conjunto de teorias econômicas e sociais mais amplas, o novo conceito está em sintonia com as concepções de Alain Touraine (1971) e Daniel Bell (1999). Ambos apresentaram reflexões que sustentam a constituição de uma sociedade pós-industrial nas últimas décadas do século XX, quando as atividades mecânicas e repetitivas que demarcam o processo de manufatura foram largamente superadas por “tecnologias intelectuais” desenvolvidas para o setor de serviços, não o de produtos. O pensamento pós-industrial de Touraine e Bell foi revisto e refinado por outros pesquisadores cerca de duas décadas depois, já diante dos avanços decisivos da comunicação digital, sendo Manuel Castells (1996) um dos nomes mais conhecidos.

Entretanto, é preciso cuidado para evitar incorreções teóricas derivadas da nova terminologia. Pós-industrial não é um conceito que deve ser usado para descrever a suposta passagem direta de um ponto para outro, o que seria uma mera superação ou substituição. Pelo contrário, a expressão serve para nomear um período de intensa mudança em que formas aparentemente contraditórias coexistem. Como advertiu Daniel Bell (1999): “O uso de prefixo hifenado pós- indica, assim, aquela sensação de se viver num tempo intersticial”<sup>90</sup> (p. 37). Em vez de tratar de um “antes” totalmente ultrapassado e de um “depois” completamente estabilizado, é preciso enfrentar um presente complexo e multiforme. Em vista das permanências e das alterações, Anderson, Bell e Shirky (2012) apresentam um prognóstico mais evolutivo do que simplesmente disruptivo quando vislumbram possíveis cenários para os próximos anos: “Ainda haverá um Los Angeles Times e uma CNN. Entretanto, a continuidade das instituições será acompanhada por uma reconfiguração de quase todo bit do mundo midiático no qual elas operam”<sup>91</sup> (p. 106).

Compreendido desta forma, o termo “pós-industrial” parece perfeitamente adequado para nomear um período de profundas alterações no panorama midiático ao destacar um

---

<sup>90</sup> Tradução nossa a partir do original: “The use of the hyphenated prefix post- indicates, thus, that sense of living in interstitial time.”

<sup>91</sup> Tradução nossa a partir do original: There will still be a Los Angeles Times and a CNN. Yet this continuity of institutions will be accompanied by a reconfiguration of almost every bit of the media world in which they operate.

conjunto de características que captam a condição “intersticial” do jornalismo contemporâneo:

- redução acentuada do número de grandes empresas jornalísticas, que simultaneamente deixam de ocupar posição central no campo informacional;
- expansão de empreendimentos com elevado potencial de inovação, geralmente na forma de startups (muitas com operações 100% digitais);
- superação da “monocultura” de financiamento baseado em receitas publicitárias e surgimento de modelos colaborativos, como o *crowdsourcing*<sup>92</sup>;
- inclusão de não-profissionais (cidadãos/amadores) e de sistemas computacionais (softwares/algoritmos) no processo de produção e circulação de informação;

Apesar de se tratar de um conceito ainda em construção, o ideário do jornalismo pós-industrial está subjacente ao pensamento de um corpo de investigação que começa a questionar de forma direta e sistemática as tradicionais concepções restritas e fechadas do campo jornalístico (Carlson & Lewis, 2015; Deuze & Witschge, 2015; Lowrey & Gade, 2011; Primo & Zago, 2014; Silva, 2013; Waisbord, 2013). Kovach e Rosenstiel (2010), por exemplo, reiteram a importância dos jornalistas tanto para a evolução dos sistemas democráticos quanto para a manutenção das liberdades individuais, mas salientam que “existem vários modelos distintos de produzir jornalismo na cultura contemporânea - com conjuntos de costumes diferentes e, em alguns aspectos, concorrentes”<sup>93</sup> (p. 9). Visão semelhante é compartilhada por Carlson (2015), que recorre à metáfora das “fronteiras” para advogar que o “jornalismo não é algo sólido e estável para o qual se aponta, mas uma designação em constante mudança, adaptada de modo diferente a depender do contexto”<sup>94</sup> (p. 2).

Mais importante do que simplesmente enquadrar uma instituição como “jornalística” ou “não-jornalística” segundo critérios rígidos, é necessário ajustar o foco para perceber como as mais diversas organizações e plataformas midiáticas se relacionam com a informação. Para evitar respostas do tipo “sim” ou “não” quando confrontados com a recorrente pergunta “O Facebook é um empreendimento jornalístico?”, Anderson, Bell e Shirky (2012) destacam apenas que a maior rede social on-line “é essencial para o

---

<sup>92</sup> Modalidade de financiamento que consiste em captar recursos de um grande volume de pessoas usando plataformas online, com objetivo de desenvolver projetos específicos (e.g. uma reportagem multimídia, uma série investigativa, etc).

<sup>93</sup> Tradução nossa a partir do original: “There are several distinct models of producing journalism in the contemporary culture—with different and in some ways competing sets of mores.”

<sup>94</sup> Tradução nossa a partir do original: “Journalism is not a solid, stable thing to point to, but a constantly shifting denotation applied differently depending on context.”



ecossistema da notícia, ainda que esteja organizada ao longo de linhas fora de sincronia com qualquer coisa que poderíamos reconhecer como uma organização jornalística”<sup>95</sup> (p. 116). Os limites estão cada vez mais nebulosos, constatação que fica evidente na investigação acadêmica. Os pesquisadores que desenvolveram a sociologia da notícia, por exemplo, não tinham dúvidas quanto ao objeto de estudo. Existia sempre uma “News organization A” (Figura 5), representante inequívoca da indústria da notícia, que ocupava uma posição central no processo de produção da informação. Do ponto de vista teórico e metodológico, a centralidade desta organização inequivocamente “jornalística” guiava toda a pesquisa.

Se durante a fase industrial do jornalismo as empresas jornalísticas apresentavam contornos relativamente estáveis, hoje a experimentação passa a ser a regra num complexo midiático no qual “adaptação” e “diversidade” são palavras-chave. Como argumenta Küng (2015), corporações como o *New York Times* e o *The Guardian* precisam rever conceitos organizacionais fundamentais para prosperar num ambiente em que empreendimentos como o *BuzzFeed*, *Quartz* e *Vice Media* passam a ser concorrentes relevantes na produção e circulação de informação jornalística. Esta é uma das principais tendências do jornalismo pós-industrial: a proliferação de micro e pequenas empresas, genericamente agrupadas sob o rótulo de “startups” (Chadha, 2015). Startups de notícia são agentes de inovação que transitam entre o setor de tecnologia digital e o campo jornalístico, criando zonas opacas em que valores e normas tradicionais do jornalismo são apropriados e reconfigurados em “discursos metajornalísticos” (Carlson & Usher, 2015). Em linhas gerais, os aplicativos agregadores estudados nesta tese surgem no interior de empreendimentos deste tipo.

Evocando novamente Costa (2014), pode-se dizer que a abordagem macrossociológica funcionava relativamente bem num contexto em que as empresas jornalísticas controlavam integralmente a cadeia de valor. Contudo, à luz das mudanças tecnológicas e sociais mais recentes, demonstra grande fragilidade, seja com modelo teórico ou aporte metodológico. Como conferir posição hegemônica ao *New York Times* - ou qualquer outra empresa jornalística - quando a publicação e o consumo de seu material passam por sistemas de partilhas que não pertencem ao veículo que os produziu? Quem deve ocupar a porção central do diagrama? Seriam as pessoas que compartilham os conteúdos (com ou sem edição do material original)? No centro deveriam estar os algoritmos que recomendam textos, fotos e vídeos? Onde, no diagrama, devem ser posicionadas as plataformas digitais, quer sejam redes sociais, agregadores ou blogs? A própria tentativa de definir uma centralidade no processo parece estar em causa. As antigas teorias do jornalismo devem

---

<sup>95</sup> Tradução nossa a partir do original: “[...] is critical to the news ecosystem, yet it is organized along lines that are out of synch with anything we would recognize as a journalistic organization”

ser questionadas, pois não conseguem servir de modelo para investigar todos os objetos do presente.

Da mesma forma, a abordagem microssociológica clássica restrita às redações e com foco principal nos jornalistas revela-se incompleta ou mesmo incoerente com os parâmetros do jornalismo pós-industrial. Os processos lineares de produção, edição e distribuição de informação centrados em repórteres e editores (Figura 4) tendem a se alterar decisivamente diante de um amplo contexto de convergência tecnológica, empresarial e profissional (Salaverría, García-Avilés, & Masip, 2010). Novos atores, como os designers multimídia e os programadores informáticos, ameaçam a condição dominante de gatekeeper do jornalista (White, 1950), bem como o controle social das redações (Breed, 1955). Estes tecnoatores (Canavilhas, Satuf, Luna, & Torres, 2014) agem sobre as rotinas produtivas e, conseqüentemente, interferem nas diversas fases de produção e circulação da informação. Como argumenta Bell (2015), culturas bastante diferentes da jornalística começam a reivindicar espaço e as conseqüências são imediatas: “Engenheiros que raramente pensam sobre jornalismo, impacto cultural ou responsabilidade democrática estão todos os dias tomando decisões que moldam como as notícias são criadas e disseminadas”<sup>96</sup> (p. 36). Em suma, a sociologia da notícia deu grande visibilidade ao trabalho dos jornalistas, sobretudo repórteres e editores, mas igualmente ajudou a reforçar a “invisibilidade” de outros atores de extrema relevância à prática jornalística (Charron, Damian-Gaillard, & Travancas, 2014).

O grande problema da microssociologia, entretanto, reside justamente no fato de conceder total primazia à redação como *locus* de investigação. Mesmo quando a sociologia da notícia tentou deixar a rigidez espacial da redação para observar outros fenômenos, a centralidade geográfica e hierárquica desta nunca foi questionada. Ao descrever metaforicamente a atividade jornalística como uma rede noticiosa (“*news net*”), Tuchman (1978) concebeu as agências de notícia e as tecnologias de transmissão como “cordões umbilicais” que conectam as informações ao “escritório central” onde trabalham os jornalistas que possuem poder de decisão. Toda a rede se expandia a partir de uma redação com poder e autoridade indiscutíveis, um “marco zero”, que fazia movimentar engrenagens que exerciam uma potente força centrípeta sobre todos os pontos externos.

Para evitar injustiças, é preciso salientar que continua sendo possível desenvolver pesquisas etnográficas em ambientes fixos e razoavelmente bem demarcados, ainda que as antigas operações industriais estejam em franco declínio. Contudo, o avanço das formas pós-industriais de jornalismo acelera a expansão de modalidades laborais que independem

---

<sup>96</sup> Tradução nossa a partir do original: “Engineers who rarely think about journalism or cultural impact or democratic responsibility are making decisions every day that shape how news is created and disseminated”.

de uma unidade espacial onde são realizadas as atividades necessárias para produção, edição e distribuição da informação (Cottle, 2007). Wahl-Jorgensen (2010) eleva a discussão a outro patamar ao defender que os estudiosos do jornalismo precisam enfrentar o fenômeno do “desaparecimento das redações” guiado por três fatores: 1) expansão dos ambientes virtuais de produção da notícia; 2) descentralização dos processos jornalísticos; 3) aumento das relações informais de trabalho desvinculadas de territórios fixos. A ideia de um jornalismo “desterritorializado” é muito mais compatível com a ascensão das tecnologias móveis (ver seção 1.2), bem como com a ideologia ubíqua que permeia a comunicação contemporânea (ver seção 1.1).

Ainda que o termo “redação” permaneça amplamente utilizado tanto no âmbito social quanto acadêmico, é preciso atualizá-lo para abarcar configurações emergentes e novos elementos. Ela já não é tão somente um “chão de fábrica” onde as notícias são produzidas com base em rotinas estáveis e executadas em sequência quase linear por jornalistas profissionais. Conforme destacam Deuze e Witschge (2015), as redações se parecem cada vez mais com “sistemas abertos de atividades interdependentes através das quais inconstantes coalizões de participantes estão interligadas” (p. 3).

Um exemplo desta nova configuração é o projeto jornalístico “The Migrant’s File” (<http://www.themigrantsfiles.com/>), cujos objetivos são determinar o número preciso de refugiados mortos em virtude das políticas de imigração na Europa e a soma de dinheiro despendido (tanto por refugiados na arriscada viagem, quanto pela União Europeia para evitar a entrada de estrangeiros “indesejados”). A iniciativa compreende um consórcio de jornalistas distribuídos por 15 países europeus e financiados pela organização sem fins lucrativos “Journalismfund.eu” (<http://www.journalismfund.eu/>). A coordenação é desempenhada pela associação coletiva e descentralizada “Journalism++” (<http://www.jplusplus.org/>), criada para incentivar o desenvolvimento do jornalismo guiado por dados<sup>97</sup> (Träsel, 2014). O pesquisador que inadvertidamente sair em busca de uma “redação” tal como descrita pelas teorias clássicas para servir de base para investigar “The Migrant’s File”, provavelmente se surpreenderá ao encontrar tão somente “sistemas abertos” e “inconstantes coalizões”.

Além de todas as mudanças descritas até aqui, há outra questão crucial para entender o jornalismo pós-industrial: a reconfiguração da relação jornalista-audiência. Décadas atrás as restrições relacionadas à produção de informação concediam aos profissionais da imprensa um poder quase absoluto sobre a informação. O cenário era estável: jornalistas produziam, as audiências consumiam. A estabilidade começa a ruir com a emergência de tecnologias digitais que permitem pessoas com nenhum conhecimento prático sobre o

---

<sup>97</sup> Modalidade que busca tirar vantagem dos sistemas computacionais e da profusão de materiais digitais (Big Data) para construir plataformas eficientes de visualização de informação.

jornalismo participar ativamente do fluxo informacional (Gillmor, 2004; Singer et al, 2011). Surgem formas adjetivadas de jornalismo: “colaborativo”, “participativo”, “cidadão”. O jornalista perde o “monopólio da palavra” (Salaverría, 2015), sinalizando a passagem da “monarquia absoluta dos conteúdos” para a “república dos usuários” (Aguado e Güere, 2013).

É bem verdade que as muitas promessas que acompanham o desenvolvimento tecnológico se revelam por vezes inconsistentes, ingênuas, ou até mesmo utópicas quando confrontadas com a realidade. Diversos trabalhos apresentam críticas consistentes sobre as dificuldades e limitações derivadas de novas modalidades jornalísticas, sobretudo a enorme lacuna entre os discursos eufóricos e a carência de experiências promissoras (Carpenter, 2008; Canavilhas & Rodrigues, 2012; Domingo, 2011; Corrêa & Madureira, 2010; Zamith, 2012). Entretanto, negligenciar a crescente importância de não-jornalistas no processo jornalístico impede o avanço do conhecimento. Em vez de simplesmente dizer que não existe um “jornalismo cidadão”, é necessário admitir que cidadãos com acesso a tecnologias digitais estão alterando os contornos do jornalismo e da notícia. Singer (2008) destaca que o estatuto profissional não está em causa, pois, o fato de os jornalistas “não mais possuírem o monopólio virtual sobre grande parte da informação, de modo algum reduz a necessidade de ajudar os cidadãos a compreenderem, avaliarem e estarem aptos a agir sobre esta informação”<sup>98</sup> (p. 129).

Entretanto, como advertem Kovach e Rosenstiel (2010), os parâmetros devem ser readequados para que a atividade se mantenha relevante: “No século XX, jornalismo costumava ser tudo aquilo que os jornalistas decidissem que o jornalismo era. Hoje, os consumidores têm um papel maior na decisão, e a próxima encarnação do jornalismo deve abraçar e servir esse cidadão mais ativo”<sup>99</sup> (p. 172). Os mesmos autores destacam que é preciso mudar a própria definição de notícia, opinião partilhada pelos propositores do jornalismo pós-industrial: “Haverá também o desvanecimento da clareza quanto ao que constitui ‘a notícia’, ponto final. [...] notícia não é uma categoria coerente ou ontologicamente robusta; é um conjunto constantemente negociado de enunciados públicos por um grupo incerto de atores”<sup>100</sup> (Anderson, Bell, & Shirky, 2012, p. 117).

Por fim, é preciso enfrentar uma questão crucial para avançar na investigação de objetos jornalísticos contemporâneos à semelhança dos aplicativos agregadores para dispositivos

---

<sup>98</sup> Tradução nossa a partir do original: “[...] no longer have a virtual monopoly on much of the information in no way lessens the need to help citizens understand, assess, and be able to act on it.

<sup>99</sup> Tradução nossa a partir do original: “In the twentieth century, journalism used to be whatever journalists decided it was. Today, consumers have a greater role in the decision, and the next incarnation of journalism must embrace and serve that more-active citizen.

<sup>100</sup> Tradução nossa a partir do original: “There will also be fading clarity as to what constitutes ‘the news,’ full stop. (...) news isn’t a coherent or ontologically robust category; it is a constantly negotiated set of public utterances by a shifting set of actors”.

móveis. A partir do momento em que esta tese defende a inadequação do substrato teórico estabelecido desde os anos 1950, vê-se obrigada a apresentar alternativas mais condizentes com o cenário atual. A pergunta fundamental pode ser enunciada da seguinte forma: “Se as teorias clássicas são endereçadas a um modelo industrial de jornalismo, quais seriam as teorias do jornalismo pós-industrial?”.

Antes de tentar responder à questão proposta, faz-se necessária uma advertência preliminar. Talvez seja precipitado empregar a palavra “teoria”, visto que ainda não há um conjunto de proposições com suficiente comprovação empírica para merecer tal denominação. Para ser justo, alguns teóricos do jornalismo industrial também demonstraram cautela semelhante no passado: “[...] reconhecemos que a utilização do termo ‘teoria’ é discutível porque significa somente uma explicação interessante e plausível e não um conjunto elaborado e interligado de princípios e proposições” (Traquina, 1999, p. 133). Diante da dispersão de correntes e do quadro fragmentado, Vizeu (2003) preferiu recorrer à expressão “teorias intermediárias” do jornalismo para destacar a falta de coesão e estabilidade. Contudo, estas visões não são unânimes no campo de estudo sobre o jornalismo. Sousa (2006), por exemplo, advoga a existência de uma teoria “aplicável a toda e qualquer notícia” (p. 130) e propõe uma complexa formulação teórica baseada em três equações que buscam organizar as muitas variáveis que agem sobre a informação jornalística.

Apesar de reconhecer os esforços para estabelecer uma “teoria geral” do jornalismo (ou da notícia), esta tese se junta à visão mais cautelosa de Traquina (1999) e Vizeu (2003), preferindo adotar o termo “abordagem” como substituto de “teoria”. A condição intersticial do jornalismo pós-industrial parece estar mais relacionada a abordagens emergentes (e mesmo transitórias) do que propriamente por teorias bem estabelecidas. Portanto, a pergunta anteriormente apresentada seria reformulada da seguinte maneira: “Quais seriam as ‘abordagens’ do jornalismo pós-industrial?”. Seja qual for a perspectiva adotada (mais inclinada para teorias ou abordagens), é pertinente a observação de Correia (2011, p. 39) sobre a possibilidade de identificar um “corpo de problema bem definido” nos estudos do jornalismo. Ao fim e ao cabo, a investigação é orientada por uma questão transversal a todos os objetos: “Por que as notícias são como são?”. É esta indagação seminal que continua a estimular o conhecimento sobre o jornalismo.

Assim, duas abordagens inter-relacionadas surgem para tentar explicar as propriedades da informação jornalística no século XXI: o “gatewatching” e a “curadoria comunicacional”. Ambas partilham a premissa de que a condição hegemônica do modelo *broadcasting* foi superada por um contexto híbrido no qual os meios de comunicação de massa enfrentam a concorrência de mídias digitais que possibilitam múltiplas configurações comunicacionais. Nos últimos anos, alguns autores começaram a sugerir novas terminologias para pesar o complexo panorama midiático. Jenkins, Ford e Green (2013) cunharam a expressão

“*spreadable media*”<sup>101</sup> para descrever “um emergente modelo híbrido de circulação, onde forças de cima para baixo e de baixo para cima determinam como o material é partilhado através e entre culturas por meios muito mais participativos (e bagunçados)”<sup>102</sup> (p. 1). De forma similar, van Dijck (2013) recorre ao termo “cultura da conectividade” no interior da qual “um punhado de plataformas com crescimento explosivo formata padrões técnicos e normativos para as práticas de interação social on-line”<sup>103</sup> (p. 108).

### 3.3.1 Gatewatching

A abordagem do gatewatching foi proposta por Axel Bruns (2003) para servir de contraponto ao tradicional gatekeeping. O ponto de partida é a noção de que as tecnologias digitais retiram, gradualmente, o monopólio dos jornalistas sobre o que é publicado ou descartado, atividade central do gatekeeper. Nesta nova concepção, os “portões” (*gates*) já não conseguem controlar o fluxo informacional, mas conquistam relevância ao fornecer percursos e conexões entre o enorme volume de material disponível. O papel do jornalista é reconfigurado para se aproximar cada vez mais, segundo Bruns (2003), da figura do bibliotecário, cuja expertise está relacionada à avaliação e organização das informações para orientar os diversos trajetos disponíveis aos utilizadores. O jornalismo deixa de ser visto como um circuito fechado e linear, uma atividade que começa nas primeiras horas do dia e termina com a publicação do jornal ou emissão do noticiário no rádio e na TV. A informação jornalística se distancia da imagem de um “produto acabado” e passa a ser compreendida como um processo contínuo: “*news-in-progress*” (Bruns, 2003).

No âmago deste processo está a audiência, que deixa de ser um elemento externo para integrar os circuitos informacionais: “qualquer um com acesso à web pode ser um editor, um contribuinte, um colaborador, um participante no processo do noticiário on-line - em suma, um *produser*”<sup>104</sup> (Bruns, 2005 p. 8). O neologismo “*produser*” foi criado com o objetivo de explicitar a dupla dinâmica de produtor e usuário que existe em potência em cada pessoa conectada. “Em potência” porque nem todos se utilizam desta nova condição, mantendo-se como espectadores. Contudo, é cada vez mais difícil encontrar usuários “puros” que não participam do sistema jornalístico. Quem possui perfil em uma rede social on-line e republica notícias contribui não apenas para espalhar a informação, mas serve

---

<sup>101</sup> “*Spreadable media*” é uma expressão em língua inglesa de difícil tradução, haja vista que a edição em português lançada no Brasil pela editora Aleph recebeu o título de “Cultura da conexão”, empobrecendo a noção original. Em caso de tradução, talvez seja mais adequado usar o vocábulo pouco usual “espalhável” (Zago, 2014).

<sup>102</sup> Tradução nossa a partir do original: “[...] an emerging hybrid model of circulation, where a mix of top-down and bottom-up forces determine how material is shared across and among cultures in far more participatory (and messier) ways.”

<sup>103</sup> Tradução nossa a partir do original: “[...] a handful of explosively growing platforms set technical and normative standards for online social practices.”

<sup>104</sup> Tradução nossa a partir do original: “[...] anyone with access to the Web can be an editor, a contributor, a collaborator, a participant in the online news process—in short, a produser.”

muitas vezes como “fiador” daquele conteúdo para amigos e familiares, além de assumir frequentemente o papel de mediador de debates na caixa de comentários. Como ocorre com o jornalista em ambiente digital, o *produser* pode assumir a função e *gatewatcher*.

É justamente na instável e controversa interface do jornalismo com as plataformas web como *Facebook*, *Twitter* e *YouTube* que surge um *gatewatcher* paradigmático: o “editor de mídias sociais” (Palazi, Schmidt, & Zanotti, 2011). Esta função profissional não existia há alguns anos e hoje se torna um elemento importante no circuito jornalístico. O editor de mídias sociais não é um produtor primário de informação, ou seja, não desempenha a mesma função de um repórter que vai a campo para recolher dados. Mesmo assim, ele pode ser responsável por apurar informação exclusiva ao conectar conteúdos aparentemente desconexos no gigantesco manancial de informações que circula incessantemente em seu terminal. Ele é também responsável por criar meios para garantir que o jornalismo se assemelhe mais a um debate entre membros de uma comunidade do que a uma palestra com predomínio da poderosa voz de um orador.

É neste cenário de intensa mudança que novas abordagens se tornam relevantes. Quando o jornalismo é escrutinado pelo ângulo do *gatewatching*, processos emergentes ficam visíveis, abrindo o caminho para investigar novos fluxos e rotinas na elaboração da informação que não estão necessariamente centrados na figura do jornalista profissional (Domingo, 2011). Batsell (2015) descreve a segunda metade do século XX como a era do “jornalismo desengajado” na qual os profissionais se mantinham orgulhosamente separados da audiência como forma de preservar os domínios sagrados da “objetividade” e da “imparcialidade”. Recordando a definição de Schudson (2003) apresentada na seção 2.1, o jornalismo sempre assumiu a honrosa missão de produzir informação importante para o público, mesmo que raramente tenha consultado o público na hora de decidir o que é de seu interesse. Quando este mesmo público passa a habitar o espaço midiático não somente na condição de “audiência”, mas igualmente de “produtor”, o engajamento é condição de sobrevivência para o jornalismo. Pode-se dizer que o *gatekeeping* era a metáfora perfeita do “jornalismo desengajado”, ao passo que o *gatewatching* é a noção mais adequada ao “jornalismo engajado”<sup>105</sup>.

É importante ressaltar que não se trata de um modelo único e cristalizado. Como adverte Bruns (2005), o *gatewatching* pode ser um complemento à função do *gatekeeping* ou um substituto integral deste. Isso ocorre porque a abordagem agrega um conjunto amplo de possibilidades que vão desde sistemas mais abertos à participação direta (plataformas wiki, P2P, etc) até sites de empresas jornalísticas que assumem um caráter muito menos

---

<sup>105</sup> O emprego dos termos “engajado” e “desengajado” não reflete um julgamento de valor entre um “mau” e um “bom” jornalismo, mas ajuda a destacar a alteração substancial na relação dos jornalistas com o público.

poroso, com forte influência dos jornalistas sobre os conteúdos em circulação. Além disso, o papel de gatewatcher pode ser delegado a algoritmos que selecionam e organizam as informações sem interferência dos utilizadores, como o *Google News*, ou com base na ação destes, como faz o algoritmo randômico do Facebook. Todos os quatro tipos de agregação apresentados no Quadro 1 (ver seção 1.4) podem ser inseridos em uma modalidade específica de gatewatching.

### 3.3.2 Curadoria

Outro termo que tem sido frequentemente associado ao jornalismo é “curadoria” (Bakker, 2014; Castilho & Coelho, 2014; Corrêa, 2012; Sacco & Zhao, 2014; Villi, 2012), abrindo a possibilidade de vislumbrar uma segunda abordagem em sintonia com os princípios do jornalismo pós-industrial. Esta corrente guarda estreita relação com aquela que foi apresentada até agora, sendo relevante destacar que o próprio Bruns (2015a, 2015b), em artigos publicados cerca de uma década depois de propor o termo gatewatching, tem ressaltado o papel de “curador” do jornalista em ambiente digital. Entretanto, esta nova abordagem, que pode ser chamada de “curadoria comunicacional” (Corrêa & Bertocchi, 2012), apresenta peculiaridades capazes de conduzir a outros tipos de percepção sobre a prática jornalística.

Afinal, qual a diferença entre curadoria e gatewatching? Apesar de reformular a percepção sobre o antigo processo de gatekeeping, o gatewatching perpetua a metáfora do “portão” como ponto de partida. A investigação mantém o foco no elemento que assume a condição de gatewatcher, seja este elemento um jornalista, um cidadão comum ou um algoritmo. Já a curadoria guia a reflexão para outro território conceitual no qual os agentes não são o elemento-chave na investigação, mas sim, as relações que estes estabelecem com os objetos agenciados. Dito de outra forma, enquanto o gatewatching favorece ao estudo daqueles que desempenham a função (o gatewatcher), a curadoria estimula estudos mais voltados aos processos relativos ao tratamento da informação propriamente dita.

O conceito de curadoria está muito presente no universo das artes para descrever os processos de seleção, organização, contextualização e exposição de objetos artísticos (Ramos, 2012). Entretanto, numa investigação etimológica, Groff (2010) localiza na Roma antiga a idiossincrática atividade do *curator bonorum*. Essa figura singular tinha a incumbência de “cuidar” de um determinado patrimônio durante disputas legais, sobretudo quando credores exigiam a execução do pagamento não realizado por devedores. O patrimônio era dado como garantia e, enquanto a pendência não era resolvida, esse curador da antiguidade se responsabilizava pela integridade dos bens que estavam sob sua guarda.



(...) muitos são os momentos em que o *curator* age no interesse do devedor, procurando protegê-lo de eventual ruína injustamente causada pela atividade executória. Em outras oportunidades, ele atende aos interesses dos credores. E, ao cumprir tais tarefas, o *curator* cuida, em verdade, do patrimônio, e não dos sujeitos (Groff, 2010, p. 18).

Está claro que a curadoria era um processo de intermediação centrado num determinado objeto a ser guardado com zelo, vigiado, conservado. O objeto sob vigilância não pertencia ao *curator bonorum*, mas este o guardava com total dedicação. Ao longo do tempo, a curadoria ganhou novas atribuições e significados. Em contextos artísticos, o trabalho do curador não é apenas garantir a integridade do objeto, mas agregar valor a estes pela seleção e reorganização (Rosenbaum, 2011). O valor de um objeto pode ser elevado, por exemplo, quando este é associado a outros objetos numa exposição. Assim, pinturas impressionistas associadas a outras do mesmo gênero podem valer mais em conjunto do que seria estimado caso cada pintura fosse avaliada separadamente. Em outros casos, a associação pode ser usada estrategicamente para destacar o valor individual de uma obra. No Louvre, Mona Lisa está exposta numa parede sem nenhum quadro ao redor, o que reforça sua importância em relação a outras pinturas de Leonardo da Vinci que estão agrupadas em outras paredes da mesma sala. No cenário artístico, a curadoria deixa de ser tão somente um processo de intermediação e passa a assumir-se como mediação ao promover a resignificação dos objetos.

A curadoria ganha novos contornos no contexto digital. Conteúdos digitalizados possuem extraordinária flexibilidade, consequência de características dos novos meios, como “representação numérica”, “modularidade” e “variabilidade” (Manovich, 2001). À semelhança do *curator bonorum* e do curador artístico, o curador digital ainda preserva a função de zelar os objetos sob sua guarda, contudo, não precisa garantir a integridade dos mesmos. A curadoria digital está associada a práticas como remixagem e mashup (Sonvilla-Weiss, 2010), que buscam extrair valor pela mistura e/ou decomposição dos materiais. Além disso, no ambiente on-line, a atividade pode se estabelecer como um processo colaborativo e híbrido no qual humanos e softwares atuam em conjunto (Corrêa & Bertocchi, 2012). Rosenbaum (2013) resume bem este debate com a apresentação daquelas que seriam as “cinco leis da curadoria”:

- 1ª lei - As pessoas não querem mais conteúdo, querem menos. É preciso evitar dados brutos, não-filtrados e ausentes de contexto.
- 2ª lei - Existem três tipos de curadores: especialistas com background reconhecido, editores profissionais que organizam conteúdos de terceiros e amadores guiados por interesses pessoais.

- 3ª lei - Curadoria não é simplesmente um *hobby*. É preciso criar meios para remunerar os curadores.
- 4ª lei - Curadoria é uma atividade mista que depende da tecnologia para buscar, filtrar e validar conteúdos em tempo real.
- 5ª lei - Curadores profissionais devem focar em conteúdo de alta qualidade para competir com os curadores de massa que replicam materiais pobres como “memes”.

A abordagem da curadoria comunicacional aplicada ao jornalismo pós-industrial abriga propriedades dos três “tipos ideais” expostos até aqui. Tal como o *curator bonorum*, o curador comunicacional “cuida” de objetos que originalmente pertencem a outras pessoas. Em sintonia com o curador artístico, ele medeia significados ao filtrar e reorganizar os materiais. Além disso, o curador comunicacional reproduz práticas do curador digital ao manipular e modificar os objetos para extrair valor. Esta nova abordagem tem múltiplas vertentes no jornalismo pós-industrial e, por se tratar de um conceito ainda em estágio inicial de evolução, é alvo de intenso debate nos meios profissionais e acadêmicos (Howarth, 2015).

Alguns exemplos mostram a diversidade de objetos que se enquadram à curadoria comunicacional. Sacco e Bossio (2014) utilizam a nova abordagem para estudar o *Storify*<sup>106</sup>, plataforma on-line que permite a filtragem, organização e circulação de narrativas multimídia produzidas por jornalistas profissionais e cidadãos sem treinamento na área. As narrativas se assemelham a mosaicos informativos que agregam elementos díspares, como textos produzidos por veículos tradicionais, vídeos amadores publicados no *YouTube*, opiniões postadas no *Twitter* e imagens retiradas do *Google Street View*. As peças podem ser produzidas individualmente ou em parceria com outros utilizadores.

Em outro exemplo bastante representativo, Guerrini (2013) destaca o *Storyful*<sup>107</sup>, uma autêntica agência de notícias da era pós-industrial do jornalismo. A equipe do *Storyful* é formada por jornalistas e expertos em tecnologia que fazem curadoria de conteúdos gerados por usuários, principalmente aqueles que circulam por redes sociais on-line. Softwares rastreiam conversações nos principais canais de interação para determinar o nível de “viralidade” de um tema. Quando um conteúdo (vídeo, foto, etc) é considerado relevante pelos sistemas de mediação, ele é imediatamente alvo de intensa análise para certificação da autenticidade. Habilidades humanas e sistemas informáticos são usados no trabalho de verificação. Em seguida, o autor do material é contatado para autorizar a

---

<sup>106</sup> <https://storify.com/>

<sup>107</sup> <https://storyful.com/>

distribuição do mesmo (gratuitamente ou mediante pagamento). Finalmente, a agência disponibiliza o conteúdo para assinantes do serviço.

Tanto o *Storify* quanto o *Storyful* podem também ser investigados a partir da matriz conceitual do *gatewatching*, pois as abordagens são correlatas e não-excludentes. Bruns (2015a, 2015b) concebe a curadoria como um processo no interior do *gatekeeping*. Entretanto, como salientado anteriormente, parece pertinente manter a separação das duas abordagens, pois, enquanto a curadoria comunicacional está mais atenta à informação, o *gatewatching* se concentra nos agentes que atuam sobre a informação. Entretanto, apesar das nítidas contribuições, ambas ainda apresentam algumas limitações para o estudo dos aplicativos agregadores de informação jornalística. Apesar de preverem a inserção de softwares e algoritmos nos processos jornalísticos, ambas conferem primazia ao agente humano nos processos de seleção, edição e publicação.

Esta tese busca estender o conhecimento sobre outras áreas ainda pouco exploradas, como a ação de agentes não-humanos na atividade jornalística. Portanto, é preciso convocar uma terceira abordagem que se mostra adequada ao jornalismo pós-industrial: a Teoria Ator-Rede. Por se tratar de um elemento central desta investigação, optou-se por dedicar o Capítulo 4 à apresentação e discussão desta abordagem.



# Capítulo 4 - Teoria Ator-Rede

## Introdução

O objetivo geral deste capítulo é apresentar a Teoria Ator-Rede como dispositivo teórico-metodológico pertinente e eficaz para estudar o jornalismo pós-industrial. Está dividido em duas seções com objetivos específicos: a primeira (4.1) promove uma apresentação ampla da abordagem teórica em questão, enquanto a segunda (4.2) aborda a aplicação particular da teoria aos estudos do jornalismo.

Para detalhar os objetivos específicos, a seção 4.1 está estruturada em cinco subseções. A primeira (4.1.1) destaca as origens e os fundamentos desta corrente de pensamento a partir da obra “Jamais fomos modernos”, de Bruno Latour (1994a). A segunda (4.1.2) utiliza outro trabalho de referência do mesmo autor, “Reagregando o social” (Latour, 2012), a fim de sustentar uma inversão fundamental na concepção de sociedade. As duas partes subsequentes detalham os conceitos e os métodos. Assim, a terceira subseção (4.1.3) discute o “vocabulário” característico da Teoria Ator-Rede e a quarta (4.1.4) apresenta dois estudos de caso feitos por investigadores que ajudaram a fundar esta corrente teórica (Callon, 1986a; Law, 1986). Por se tratar de uma abordagem que propõe inversões epistemológicas, é preciso estar ciente de seus dilemas e possíveis fragilidades, assim, a quinta subseção (4.1.5) apresenta um conjunto pequeno, mas significativo, de críticas à Teoria Ator-Rede.

A seção 4.2 destaca a aplicação direta da Teoria Ator-Rede aos estudos comunicacionais e ao jornalismo. A primeira parte faz uma revisão geral da recente, porém significativa, literatura acadêmica, com destaque para investigações que apresentam abordagens originais sobre fenômenos associados às novas tecnologias no trabalho jornalístico. Em seguida, a subseção 4.2.1 explora as “redes impuras” do jornalismo a partir de um conjunto de textos que buscam superar a histórica purificação do campo. Por fim, a subseção 4.2.3 descreve a emergente investigação dos aplicativos agregadores de informação jornalística sob a perspectiva da Teoria Ator-Rede.

### 4.1 A Teoria Ator-Rede

O capítulo anterior debateu a emergência do “Jornalismo”, escrito e descrito exatamente desta forma, com inicial maiúscula, uma entidade que aparenta solidez, estabilidade e durabilidade. O estudo sistemático desta “entidade” deu origem a uma série de teorias

que, apesar das divergências, partilham alguns princípios: Jornalismo é feito por jornalistas e o foco das pesquisas são as empresas deste setor e/ou as redações profissionais.

O arcabouço teórico permitiu também reconhecer a informação jornalística como um produto singular, visto que deriva de processos e práticas inseridos nos limites restritos daquele mesmo “Jornalismo”. Reconhecidas as origens da informação jornalística - o Jornalismo e os jornalistas - seria possível postular seus diversos gêneros e subgêneros: notícia, reportagem, entrevista, opinião, *hard news*, *soft news*, etc. Portanto, definidas as fronteiras, tanto as teorias quanto os métodos e os objetos estavam explicitamente colocados, tudo parecia bem organizado e claro para quem se lançava ao trabalho investigativo.

Entretanto, conforme demonstrado na seção 3.3, este “Jornalismo” começou a ser questionado nas últimas duas décadas, sobretudo após a acelerada digitalização dos processos e produtos comunicacionais. A consequência é o surgimento de muitos “jornalismos”, entre os quais existem alguns que se apresentam como a antítese do anterior: o jornalista não é mais o protagonista inquestionável. Abre-se espaço para novas práticas alheias a empresas jornalísticas ou redações profissionais. A inicial minúscula e o emprego do plural ajudam a estabelecer seu caráter fluido, instável, efêmero. Quando as estruturas que sustentavam o Jornalismo começaram a se mostrar menos resistentes do que se imaginava, a informação jornalística também passou a ser alvo de indagações. Em resumo, as teorias do “Jornalismo”, denominadas nesta tese de “teorias do jornalismo industrial”, apesar das inegáveis contribuições históricas e dos reconhecidos esforços de adaptação aos novos tempos, apenas ajudam a revelar que algo mudou, mas não conseguem explicar as mudanças.

Assumir a existência do jornalismo pós-industrial e seus “jornalismos” exige uma postura teórico-metodológica condizente com a tarefa. Significa estar disposto a correr riscos para investigar as diversas incertezas próprias de um período “intersticial”, conforme referido anteriormente. É com este propósito que a presente investigação convoca a Teoria Ator-Rede (TAR)<sup>108</sup>, uma abordagem que se afasta do que é (supostamente) estável para privilegiar as incertezas, as transformações e as inovações. Seria cômodo e seguro buscar teorias que “se encaixam a” novos objetos ou que “tentam encaixar” os novos objetos. Porém, a presente tese opta por uma corrente de pensamento que propõe uma inversão fundamental: é o próprio objeto que fornece as explicações, com a intervenção parcial do pesquisador.

---

<sup>108</sup> Esta tese adota o acrônimo TAR para denominar a Teoria Ator-Rede, conforme vem sendo utilizado por alguns pesquisadores do campo da comunicação e do jornalismo no Brasil (ver Arce, Alzamora & Salgado, 2014; Holanda, 2014a; Lemos, 2013; Santaella & Cardoso, 2015).

#### 4.1.1 Origem e fundamentos

A origem da Teoria Ator-Rede é, em geral, atribuída a um amplo e multifacetado campo conhecido como Estudos Sociais da Ciência e da Tecnologia<sup>109</sup> (Jasanoff, Markle, Peterson, & Pinch, 1995). Tentar determinar o ponto inicial de algo que não tem data de nascimento é sempre questionável, contudo, Martin, Nightingale e Yegros-Yegros (2012) conseguem identificar dois momentos fundamentais. O primeiro, ocorreu no início dos anos 1960, com a publicação do livro *As estruturas da revolução científica*, de Thomas Kuhn. A obra promoveu a integração entre história, filosofia e sociologia da ciência para defender a superação dos fatores externos (extra-científicos) como explicação universal para o desenvolvimento do conhecimento racional. Kuhn defendia que, para entender a ciência, era preciso olhar ao mesmo tempo para fora e para dentro dela. O segundo momento marcante nesta história se desenvolveu durante os anos 1970, quando os artefatos tecnológicos passaram a ser considerados fatores-chave para compreender os avanços científicos e sociais. A consolidação desta perspectiva ocorreu com a publicação da coletânea *Science, Technology and Society: A Cross-Disciplinary Perspective* (Spiegel-Rösing, de Solla Price, 1977), considerada a primeira obra inteiramente dedicada ao tema (Martin, Nightingale, & Yegros-Yegros, 2012).

Portanto, a Teoria Ator-Rede nasceu nesse ambiente eclético que buscava explorar as complexas vinculações entre ciência, tecnologia e sociedade. Os princípios gerais da TAR foram divulgados nos anos 1980 por meio de um expressivo conjunto de textos redigidos individualmente, ou em coautoria, por três de seus principais proponentes: Michel Callon, Bruno Latour e John Law. Apesar do importante lastro nos “Estudos de Ciência e Tecnologia”, a TAR seguiu um caminho próprio que se afastou tanto do pensamento de Thomas Kuhn quanto de outras abordagens próximas, como a *Social Construction of Technology* (SCOT) ou a *Social Shaping of Technology* (SST).

O distanciamento de Kuhn tem origem na ideia de que os paradigmas são concepções científicas “incompatíveis e intraduzíveis” (Latour, 1999a, p. 167), levando ao encerramento das diversas correntes sobre si mesmas. Para Kuhn (1988), as revoluções científicas são “mudanças paradigmáticas” em que sempre há um vencedor e vários vencidos para determinar uma “nova maneira de praticar a ciência normal” (p. 200). A TAR reage a esta abordagem ao assumir que só faz sentido falar de paradigmas “quando há controvérsia, e enquanto ela durar e dependendo da força exercida pelos discordantes” (Latour, 2000, p. 329-30). Os paradigmas são a própria “ciência em ação”, sem controvérsias não há conhecimento científico. O afastamento dos construtivistas também está relacionado à recusa em aceitar a estabilidade como elemento para o progresso da ciência, como se existisse um conjunto imutável, “o social”, que é “mantido estável o

---

<sup>109</sup> Esta é a referência mais comum em português. Em inglês surge frequentemente o termo “Science and technology studies”.

tempo todo e explica a forma da mudança tecnológica” (Latour, 2012, p. 30). Seria um contrassenso, advoga a TAR, imaginar que os artefatos técnicos são “construídos” sem que os sujeitos envolvidos na construção sejam alterados simultaneamente.

Além destas divergências, a Teoria Ator-Rede extrapolou as análises científicas e tecnológicas *stricto sensu*, firmando-se como uma abordagem teórica e metodológica geral capaz de ser aplicada aos mais diferentes objetos e áreas do conhecimento. Existem obras inteiramente dedicadas a aplicar a TAR em disciplinas como Educação (Fenwick & Edwards, 2010), Comunicação (Lemos, 2013), Informação (Tabak, 2015) e Criminologia (Robert & Dufresne, 2015), entre muitas outras.

Esta perspectiva mais abrangente levou Crawford (2005) a conceber a Teoria Ator-Rede como um dispositivo conceitual para explorar processos sociotécnicos a partir de uma visão “anti-essencialista”. Seu principal objetivo é a superação das dicotomias historicamente consagradas, como “social *versus* natural”, “agência *versus* estrutura”, “micro *versus* macro”. Lemos (2013) compreende a TAR como “uma teoria que busca nivelar topologicamente sujeitos e objetos, atores humanos e não-humanos, que descreve e destaca as controvérsias buscando abrir ‘caixas-pretas’” (p. 23). Um dos melhores pontos de partida para compreender a TAR é justamente o posicionamento crítico sobre as dualidades reducionistas e a posterior substituição destas pelo princípio da simetria. A este respeito, o título de um dos trabalhos mais difundidos de Latour (1994a) - “Jamais fomos modernos” - nada mais é do que um manifesto contra o essencialismo amplamente aceito na ciência.

A obra sustenta que a concepção de “modernidade” surgiu em oposição a um passado arcaico e obscuro que misturava, de maneira imprudente e indevida, a sociedade e a natureza, as coisas e os humanos. A consolidação do pensamento moderno teria ocorrido em meados do século XVII, mais precisamente na disputa pública entre Robert Boyle e Thomas Hobbes acerca dos experimentos conduzidos pelo primeiro para fabricar a bomba de ar<sup>110</sup>. Boyle sustentava que os “fatos” científicos são integralmente produzidos e confirmados empiricamente no laboratório. O dispositivo experimental conforma uma espécie de sistema “parajurídico” no qual pessoas confiáveis atestam a existência de um fato a partir do testemunho de fé fornecido por entidades “naturais”: “[...] em caso de dúvida mais vale apelar aos não-humanos para refutar os humanos.” (Latour, 1994a, p. 29).

---

<sup>110</sup> A reflexão de Latour tem origem na obra “*Leviathan and the Air-Pump: Hobbes, Boyle, and the Experimental Life*” (Shapin & Schaffer, 1985).



Era exatamente o testemunho de não-humanos<sup>111</sup> que guiava as ações no laboratório de Robert Boyle, onde a bomba de ar, um artefato tecnológico, “comprovava” a existência do vácuo. Thomas Hobbes considerava a noção de “vácuo” absurda, equivocada e até mesmo perigosa, pois colocava em causa a autoridade máxima do estado, o *Leviatã*. Para Hobbes, um fenômeno artificial gerado no interior de um laboratório jamais poderia se sobrepor à experiência individual do ser humano e da sociedade como um todo, ainda mais se o fenômeno em causa fosse uma “substância incorpórea” demonstrada unicamente com o auxílio de uma máquina (Shapin & Schaffer, 1985).

O debate entre Boyle e Hobbes instituía dicotomias e escalas intransponíveis. De um lado está o laboratório, o “micro”, onde não-humanos agem e o “social” não entra. A ciência encontra ali um salvo conduto para produzir seus próprios fatos e fabricar tecnologias que, alheias às experiências individuais e coletivas, não são sociais. Do outro lado estão situados justamente os indivíduos e a sociedade, o “macro”, onde só humanos agem e o “natural” se distancia. O mundo social se impõe incondicionalmente à ciência e suas tecnologias. A sociedade é soberana e inquestionável, assim, em hipótese alguma pode ser subjugada por entidades que não pertencem ao social.

De acordo com Latour (1994a), são as dicotomias que dão origem à “Constituição moderna”<sup>112</sup> responsável por “inventar” e sustentar a separação entre a ciência, encarregada de representar as coisas, e a sociedade (ou a política), encarregada de representar os sujeitos. Sob esta perspectiva, a modernidade nada mais é do que um projeto de “purificação” que impede qualquer mistura entre humanos e não-humanos. Ao mesmo tempo, estimula a proliferação sem limites dos híbridos, artefatos técnicos criados “pelos” homens e “para” os homens. O afastamento da técnica é um recurso estratégico da modernidade, pois os híbridos finalmente podiam se reproduzir de forma livre e autônoma, “uma vez que estes não existiam socialmente e que suas consequências monstruosas permaneciam inimputáveis” (Latour, 1994a, p. 47).

Artífices de um mundo dividido, os modernos só conseguem operar por assimetrias. Suas análises pendem alternadamente para um dos lados - o natural ou o social, os objetos ou os humanos - sem que exista qualquer coisa no interior do abismo que separa os polos. As consequências das assimetrias são drásticas, pois representam um poderoso dispositivo mental que está consolidado nas diversas áreas do conhecimento. Por que Bruno Latour defende que “jamais fomos modernos”? Simplesmente porque não há “rede” na

---

<sup>111</sup> “Não-humanos” é um termo amplamente empregado na teoria social contemporânea para agrupar as mais variadas entidades: “Falar de não humanos, mais do que de objetos ou de dispositivos técnicos, é, portanto, considerar que objetos, animais, dispositivos técnicos têm sua própria palavra a dizer na relação e que nada é jamais predeterminado” (Houdart, 2015, p. 18).

<sup>112</sup> Latour mantém o termo Constituição grafado com inicial maiúscula para reforçar seu caráter normativo e impositivo, tal como as Constituições produzidas para governar.

modernidade. Os modernos cortaram arbitrariamente o tecido e desconectaram seus elementos, tornando a própria existência humana uma impossibilidade:

Se você virar bruscamente, como na brincadeira infantil ‘estátua!’, eles [os modernos] ficarão paralisados, com ar inocente, como se não tivessem se mexido: à esquerda, as coisas em si; à direita, a sociedade livre dos sujeitos falantes e pensantes. Tudo acontece no meio, tudo transita entre as duas, tudo ocorre por mediação, por tradução e por redes, mas este lugar não existe, não ocorre. (Latour, 1994a, p. 50)

A modernidade ignora qualquer mediação entre entidades que não partilham o mesmo estatuto. Assim, quando elementos heterogêneos se encontram, há sempre uma estranha relação de dominação exercida por um dos lados e que pode ser explicada por algum tipo de “força oculta” que extrapola os limites do próprio encontro. Como afirma Law (1991) a lente essencialista invariavelmente conduz a investigação ao mesmo dilema. Se a supremacia é atribuída antecipadamente aos não-humanos - *Deus ex machina* -, o investigador acabará por criticar o determinismo tecnológico. No sentido oposto, caso o poder passe para as mãos dos humanos, o investigador poderá até saudar a “subjetividade” e a “autonomia” destes, mas o determinismo permanece intacto, apenas se tornou social. O dualismo estabelece dominadores e dominados, vencedores e perdedores. Uma vez extirpada do mundo social, a técnica só pode ser “escravizadora” ou “escravizada”. É esta dualidade que ressalta Lemos (2013) ao afirmar que “pela essência perdemos justamente a rede, as associações, em prol de uma explicação mágica e generalista” (p. 58).

Law (1991) admite a existência de uma terceira via que busca justamente compreender como entidades de duas classes distintas se afetam mutuamente. Esta alternativa pode parecer menos determinista, uma vez que há reciprocidade, contudo, ela começa e termina na mesma divisão essencialista da modernidade. O investigador assume de antemão a existência de entidades que pertencem a categorias distintas e que, mesmo quando entram em contato, permanecem firmemente ancoradas em seus domínios. Pode-se dizer que esta terceira via acerta ao observar as transformações mútuas, mas erra ao manter a autonomia “social” ou “natural” das entidades reunidas. Mais importante, indica Law (1991), seria entender como ocorre a mediação, ou a “distribuição de poder”, entre os elementos responsáveis por formar uma nova entidade heterogênea. Para evitar o equívoco, seria preciso admitir a existência um novo híbrido descrito como “humano X + objeto Y”. Aqui, X e Y são variáveis que ilustram as alterações em ambos os elementos, enquanto o sinal de adição “+” denota a emergência de uma nova entidade associada.

São estas armadilhas conceituais que Latour (1994b) busca superar ao investigar os antagonismos presentes nos debates sobre a regulamentação do uso de arma de fogo por cidadãos comuns. Aqueles que são a favor do amplo desarmamento costumam recorrer ao

slogan materialista: “Armas matam pessoas”. O revólver é a entidade dominante e perfeitamente capaz de transformar o “cidadão de bem” num “cruel assassino”. Já aqueles que defendem a legalização da posse de arma de fogo fazem uso frequente do slogan moral: “Pessoas matam pessoas”. O revólver agora é um mero instrumento “neutro” nas mãos de pessoas plenamente autônomas, sejam elas “boas” ou “más”. No primeiro caso, a arma contém uma essência eminentemente negativa que condiciona o cidadão. No segundo, a pessoa contém uma essência, quer seja positiva ou negativa, que condiciona a arma. Os determinismos tecnológicos ou sociais estão sempre disponíveis, basta escolher a perspectiva que parece mais convincente (ou conveniente). Armas e pessoas fazem parte de esferas diferentes, logo, não se misturam, apenas agem coercitivamente sobre o outro elemento completamente dominado.

A Teoria Ator-Rede adota o princípio da simetria<sup>113</sup> para combater os essencialismos típicos da modernidade e reconstruir a rede que se rompeu há mais de três séculos. Ao invés de uma dominação unilateral, o que existe é uma entidade compósita “cidadão-com-a-arma-na-mão” ou “arma-na-mão-do-cidadão”. O hífen assume agora o papel das variáveis “X” e “Y” para ilustrar as alterações de ambos os elementos envolvidos na associação. Não importa que entidade surge primeiro na denominação, pois o extenso termo hifenado é um mero estratagema linguístico para descrever o híbrido. Esta nova entidade “*se faz*” durante as mediações sociotécnicas responsáveis por reestabelecer novos programas de ação que não se confundem com aqueles dos agentes isolados. Quem é o responsável por matar? Existem duas respostas certas quando as essências desaparecem: “nem o ser humano nem a arma” ou “tanto o ser humano quanto a arma”. Apesar de opostas, ambas estão corretas porque a ação é sempre uma propriedade de entidades associadas que se hibridizam e provocam deslocamentos e transformações durante a mediação. São as alterações ocorridas durante associações heterogêneas que a TAR chama de “tradução”.

Para a TAR, as redes só se tornam visíveis quando há mediação e transformação. A estabilidade pressupõe a invisibilidade dos elementos reunidos, simples intermediários que apenas transportam informação sem gerar alterações. Por isso as dicotomias só parecem fazer sentido quando o mundo está imóvel (“estátua!”) e cada coisa ocupa seu devido lugar, mesmo quando estão em relação direta. Mas não é assim que o mundo funciona. Coisas com as mais diversas características se relacionam sem respeitar qualquer princípio de assepsia social ou natural. A arma é um mediador que transforma o homem da mesma forma que o homem é um mediador que transforma a arma, mas este não é o ponto final,

---

<sup>113</sup> O princípio da simetria não surge com a TAR. Sua formulação foi feita por sociólogos ligados à Escola de Edimburgo, que instituíram uma linha de pensamento conhecida como “Programa Forte da Sociologia”. A simetria refuta as distinções entre verdadeiro e falso, racional e irracional nos estudos sociológicos (ver Bloor, 1991). Portanto, nota-se que a TAR também usa a simetria para fugir das dualidades, mas faz um uso particular que amplia significativamente o princípio, sendo posteriormente criticado pelos próprios formuladores da simetria (ver Bloor, 1999). Esta tese demonstra a polêmica na subseção 4.1.5.

é apenas o começo. Além de buscar compreender as mediações que constituíram a entidade híbrida resultante da “distribuição de poder” (Law, 1991), o investigador deve passar a seguir os rastros desta nova composição, pois é ela que se associará a outros elementos e provocará novas traduções. É esta articulação heterogênea que conduzirá à rede.

#### **4.1.2 A abordagem sociológica da TAR**

Assim como se opõe à Constituição moderna, a Teoria Ator-Rede questiona as bases do pensamento sociológico fundado no século XIX e denominado ironicamente por Latour (2012) como “sociologia do social”. Os precursores desta corrente são Auguste Comte, Émile Durkheim e Max Weber, responsáveis por influenciar diversas correntes posteriores, como o funcionalismo estrutural de Talcott Parsons e a teoria crítica de Pierre Bourdieu. A disputa intelectual entre Durkheim e Gabriel Tarde, cujo ápice ocorreu precisamente na passagem para o século XX, é considerada pela TAR a cisão fundamental que condicionou o pensamento sociológico (Vargas, Latour, Karsenti, Aït-Touati, Salmon, 2014). Durkheim e seus seguidores seriam os propagadores do projeto de “purificação” que dominou a sociologia desde então, uma herança direta da Constituição moderna.

O primeiro problema, segundo Latour (2012), é a pressuposta estabilidade atribuída ao “social”. Treinados a privilegiar o que se revela fixo, padronizado e duradouro, os sociólogos começam por onde deveriam terminar, tendência facilmente identificada na “sociologia da notícia”, conforme demonstrado no capítulo 3. Durkheim (2007), antes de apresentar o método sociológico, se esforçou para explicar os “fatos sociais” como fenômenos coercitivos autônomos e exteriores aos sujeitos. A sociedade, formada pelo conjunto dos fatos sociais, institui “maneiras de agir, de pensar e de sentir que apresentam essa notável propriedade de existirem fora das consciências individuais” (Durkheim, 2007, p. 2). Não é difícil notar que o fato social impõe o social como um fato, um “estado de alma coletiva” que precede e se sobrepõem aos indivíduos tal como o Leviatã hobbesiano da modernidade.

Uma vez fixada, a sociedade fornece as “estruturas”, os “quadros de referência” e os “contextos” a partir dos quais os sociólogos observam os fenômenos. Segundo Latour (2012), “a sociologia do social funciona bem quando se trata daquilo que já foi agregado, mas nem tanto quando a problema é reunir novamente os participantes naquilo que não é - ainda - um tipo de esfera social” (p. 31). Para evitar o vício de origem, é preciso resgatar o pensamento de Gabriel Tarde e compreender a sociologia como a ciência que explica a formação de grupos, ao invés da disciplina que explica os grupos já formados. Esta inversão guia todos os trabalhos da Teoria Ator-Rede: nem a sociedade nem o social possuem existência prévia, como uma substância particular sempre disponível ao pesquisador. A “sociologia do social” não mede esforços para interromper o movimento de

associação, quando, na verdade, seu objeto de estudo deveria ser justamente o “movimento peculiar de reassociação e reagregação” (Latour, 2012, p. 25).

Para “reagregar o social” é obrigatório seguir os atores e rastrear os traços deixados por eles durante as associações<sup>114</sup>. O êxito deste empreendimento implica deixar de lado as essências tão evidentes nos termos “estrutura” e “contexto”. Se algo já está estruturado, significa que chegou ao ponto final, momento em que não há nada mais para observar, apenas constatar. A estrutura privilegia a inércia e reforça a imposição de formas pré-definidas onde as interações estão alojadas. De forma semelhante, o termo “contexto” leva a crer na existência de “forças ocultas” que explicam a sociedade, ou seja, que impõem padrões sem questionar “como” e “por que” as ações ocorrem. A única forma de investigar o social é parar de buscar a todo custo os “quadros de referência” para simplesmente adotar a descrição de associações complexas.

Recorrer a estruturas e contextos significa dar um salto sem explicar como se chegou até lá. Apagam-se as mediações e os híbridos, impedindo a ocorrência de traduções. Basta recorrer novamente ao exemplo homem-arma (Latour, 1994b) para perceber como estrutura e contexto abandonam as associações para privilegiar os determinismos. Não há agência, apenas essência: “O que temos aí é teoria da conspiração, não teoria social. A presença do social tem de ser repetidamente demonstrada e não simplesmente postulada” (Latour, 2012, p. 85). A TAR denuncia a teoria social que parece operar o cursor entre duas categorias: “estrutura X agência”, mas sempre com o mesmo efeito: “não fazemos nada além de mover para a direita o cursor que diminui a margem de manobra quando aumentamos o peso das estruturas, ou, para a esquerda, deixando mais liberdade para o ator quando diminuimos o papel determinante da sociedade” (Latour, 2015, p. 131).

Não é o investigador que define de antemão as estruturas e os contextos “dentro” dos quais os atores agem coercitivamente, são os próprios atores que devem explicar as suas ações por mais estranhas, contraditórias, irracionais ou excêntricas que pareçam. Aqui reside outro ponto fundamental da Teoria Ator-Rede. A sociologia do social silencia os atores ao empregar uma metalinguagem supostamente apta a traduzir todo o vocabulário social. Assim, milhões de investidores podem dar explicações sobre os muitos motivos que os levaram a vender ações ao mesmo tempo, contribuindo para derrubar a bolsa de valores, mas suas bocas são logo tapadas pela “mão invisível” do mercado, uma entidade oculta que tudo explica sem que seja necessário ouvir os enunciados desconexos dos atores (Latour, 2012). Como explicou Gabriel Tarde (citado por Vargas et al, 2014): “O que há de

---

<sup>114</sup> Espécie de clichê entre os pesquisadores da TAR, a expressão “seguir os atores” é inspirada na etnometodologia fundada nos anos 1960 por Harold Garfinkel. A etnometodologia privilegia a investigação das práticas cotidianas a partir dos próprios praticantes (ou membros), opondo-se, desta forma, às “estruturas sociais” que servem de base à teoria funcionalista de Talcott Parsons (ver Hilbert, 2005).

vago é o apelo ao meio social, à taxa social, ao estado coletivo, às condições de existência, a todas as entidades, a todas as nebulosas não resolvidas que têm servido aos que fazem ontologia da ciência social” (p. 44).

É por isso que a TAR é também chamada por seus postulantes de “sociologia das associações” (Latour, 2012) ou “sociologia da tradução” (Callon, 1986b): “A tarefa consiste em desdobrar os atores como redes de mediações - daí o hífen na palavra composta ‘ator-rede’” (Latour, 2012, p. 198). A sociologia do social, ao fixar os “fatos sociais” como objeto de estudo, retirou da sociologia seu verdadeiro objeto: as mediações. Dito de outra forma, o social não é uma entidade, “é o nome de um tipo de associação momentânea caracterizada pelo modo como se aglutina assumindo novas formas” (Latour, 2012, p. 100). Isso não quer dizer que a Teoria Ator-Rede ignora a ordem, o padrão ou a regularidade, ela apenas destaca que a estabilidade não é uma garantia e só ocorre após muito esforço empreendido pelos elementos reunidos. Como salienta Latour (2012), a sociedade “deveria ser posta à nossa frente, não atrás de nós” (p. 247).

Assim que o social retoma sua vocação gregária, surge o segundo problema da sociologia do social: a purificação dos atores. De acordo com Latour (2012), no afã de delimitar um nicho disciplinar sob influência do positivismo que marcou o século XIX, os sociólogos reduziram a sociedade à dimensão exclusivamente humana. Como se não bastasse, o social foi gradualmente limitado a zonas ainda mais estreitas como o “símbolo”, o “significado”, a “intenção” e a “linguagem”. Ao explicar o “conceito de sociologia”, Max Weber (2002) sintetizou com clareza o projeto purificador:

“A ação formal é não-social se orientada exclusivamente ao comportamento de objetos inanimados. Atitudes subjetivas devem ser consideradas ação social apenas se orientadas à ação de outros. A conduta religiosa não é social, se permanece simplesmente uma questão de contemplação, de oração solitária etc. A atividade econômica de um indivíduo apenas é social se e até o ponto em que concerne também à atividade de terceiros. (...) Nem todo tipo de contato entre seres humanos tem um caráter social, mas apenas quando a ação do indivíduo é significativamente orientada para a dos outros.” (Weber, 2002, p. 37).

A concepção weberiana aplica a Constituição moderna sem pudor algum: humanos nunca agem socialmente com não-humanos (“objetos inanimados”) e a ação social só ocorre quando entra em cena um significado endereçado a outros humanos. A Teoria Ator-Rede se volta mais uma vez para a sociologia de Gabriel Tarde para, em primeiro lugar, refutar a purificação e, em seguida, “ressocializar” os objetos. Não existem fatos sociais e fatos não-sociais porque o social é associação, mediação, transformação. Nada possui uma essência social, mas qualquer coisa que provoca mudanças durante a associação “se faz social”. Tarde (2007), ao contrário de Weber, só concebia misturas heterogêneas e afirmava “que toda coisa é uma sociedade, que todo fenômeno é um fato social” (p. 81).

Se não-humanos agem, modificam e são modificados, são, portanto, sociais. Latour (1994b) chama atenção para o fato de que os objetos técnicos representam sempre a delegação de programas de ação que rompem limites restritos da ação observada. Por exemplo, uma lombada (ou lomba) construída em frente a uma escola faz os motoristas modificarem o comportamento através de uma mediação técnica. O programa de ação - “reduza a velocidade” - foi delegado por uma multidão distante no tempo e no espaço. Naquela massa asfáltica estão presentes engenheiros, legisladores e policiais. “Nós temos sido capazes de delegar aos não-humanos não apenas força tal como sabemos por séculos, mas também valores, tarefas e ética”<sup>115</sup> (Latour, 1992, p. 232). Os motoristas podem reduzir a velocidade por uma decisão moral (o correto é desacelerar para evitar o perigo para terceiros) ou material (o egoísmo embutido em possíveis danos ao carro), mas qualquer que seja a motivação (simbólica ou não-simbólica) a agência do objeto não se altera. A lombada faz-se social pela associação: ela medeia programas de ação de muitas outras entidades e traduz a ação do motorista.

A delegação por mediação técnica pode agir simultaneamente apenas entre não-humanos. Uma cerca de arame farpado, por exemplo, mantém ovelhas circunscritas a um território específico sem que seja necessária a presença do pastor. A cerca é social, um não-humano que faz outros não-humanos (as ovelhas) agirem conforme um programa de ação. O antropocentrismo que impregna a sociologia pode fazer crer que a técnica é um elemento externo não dotado de agência. “Ninguém pode se dizer cientista social e perfilhar apenas alguns vínculos - os morais, legais e simbólicos - e se deter tão logo descubra alguma relação física com eles. Isso tornaria inviável qualquer investigação” (Latour, 2012, p. 116).

O investigador deve criar meios para explicitar o “ponto cego onde a sociedade e a matéria permutam propriedades” (Latour, 1994b, p. 41) ou, como prefere Law (1991), a “distribuição de poder” entre elementos heterogêneos. Quando a mediação se torna objeto da sociologia, o termo “sociotécnico” soa como um vício de linguagem, um pleonismo consagrado pelo mau uso. A humanidade não resistiria um minuto sequer ao extermínio da técnica: “nós todos somos redes heterogêneas, produtos de sobreposições confusas”<sup>116</sup> (Law, 1991, p. 17). Os sujeitos “dependem de um dilúvio de entidades que lhes permitem existir” (Latour, 2012, p. 300) e estas entidades não são servos passivos, elas são a sociedade.

Extirpar a técnica do social pode ser útil para estudar babuínos que não delegam a mediação a outros objetos (Latour, 2012). Porém, basta que a humanidade olhe ao seu

---

<sup>115</sup> Tradução nossa a partir do original: “We have been able to delegate to nonhumans not only force as we have known it for centuries but also values, duties, and ethics.”

<sup>116</sup> Tradução nossa a partir do original: “[...] we are all heterogeneous networks, the products of confused overlaps.”

redor para ver que não deve separar as ações entre “simbólicas” e “não-simbólicas” pelo simples fato de que o social nunca está ausente.

[Para a sociologia] Quando um martelo golpeia um prego, isso não é um fato social, mas quando se cruza a imagem de um martelo com a de uma foice, ambas entram na esfera social porque agora pertencem à “ordem simbólica”. Cada objeto foi assim dividido em dois, com os cientistas e engenheiros ficando com a porção maior - eficácia, causalidade, conexões materiais - e deixando as migalhas para os especialistas do “social” ou da dimensão “humana”. (Latour, 2012, p. 124)

No instante em que o mundo deixa de ser partido em dois grandes continentes que nunca se encontram, “todas as ciências parecem destinadas a tornarem-se ramos da sociologia” (Tarde, 2007, p. 81) porque um ator pode ser literalmente qualquer coisa que modifica o estado inicial e produz diferença. Livre do dualismo moderno, o sociólogo está apto a investigar qualquer tipo de conexão - apenas entre humanos, entre humanos e não-humanos ou somente entre não-humanos - sem recorrer a determinismos ou quadros de referência. Na maior parte das vezes, as associações vão revelar um constante zigzague entre elementos heterogêneos.

Diante do que foi exposto até aqui, fica evidente como a sociologia comprimiu as interações sociais até um ponto de asfixia no qual só humanos participam e, mesmo assim, quando a participação contém significado. Latour (2012) refuta o reducionismo ao postular que, na maior parte das interações, “as ações são afetadas por entidades heterogêneas que não têm a mesma presença local, não se originam na mesma época, não são imediatamente visíveis e não pressionam com o mesmo peso” (p. 292). Nesta sentença estão contidos os cinco princípios negativos usados pela Teoria Ator-Rede para explicitar a complexidade das associações:

- as interações sociais não são *isotópicas*: atores que estão espacialmente distantes participam da mediação ao delegar programas de ação, conforme exposto no caso anteriormente relatado da lombada;
- as interações não são *síncronas*: a mediação é uma sobreposição de diferentes temporalidades, como, por exemplo, quando os elementos arquitetônicos de um auditório construído há 100 anos (por pessoas que já morreram) se associam aos atores reunidos ali no presente;
- as interações não são *sinóticas*: nem todas as entidades que participam da ação estão visíveis, pois agem como “intermediários eficientes” que apenas reforçam a visibilidade de outras entidades que atuam como medidores;



- as interações não são *homogêneas*: quando associados, atores humanos e não-humanos intercambiam propriedades, modificam-se mutuamente e conformam entidades híbridas dotadas de novos programas de ação;
- as interações não são *isobáricas*: a “pressão” representa a capacidade do ator em mudar o rumo das associações (ou traduzir as ações), assim, cada entidade desempenha um papel distinto que altera diretamente a configuração da rede.

Não restam dúvidas de que a Teoria Ator-Rede é uma inversão teórico-metodológica. Ela questiona os pressupostos de uma longa tradição representada por Comte, Durkheim, Weber e Parsons, mas não ignora seus méritos. Como dito anteriormente, o pensamento sociológico dominante desde o século XIX funciona relativamente bem quando as coisas já estão agrupadas. Latour (2012) destaca que a sociologia do social assume o caráter de “metrologia” capaz de “acompanhar a circulação dos universais” pela introdução de parâmetros sem os quais tudo seria incomensurável. O problema é que ela parte do universal sem explicar os motivos e as ações que levaram até ali.

A TAR nunca parte do que já está estabilizado. Pelo contrário, sua tarefa é fomentar as “controvérsias” (Callon, 1986b) para deixar a cargo dos próprios atores a revelação de suas motivações e ações. Onde há controvérsia há mediadores e traduções, sendo possível observar a formação de associações heterogêneas. Se tais associações vão se estabilizar ninguém sabe, mas isso não é motivo para interromper a investigação. Ora, fica claro por que este é um dispositivo eficiente para tratar o desenvolvimento tecnológico e processos ligados à inovação, uma vez que os “inovadores estão constantemente cruzando as fronteiras entre a natureza e a sociedade”<sup>117</sup> (Latour, 1988, p. 262). A Teoria Ator-Rede é uma abordagem sociológica da incerteza, uma verdadeira “sociologia de inovação” (Latour, 2012, p. 28) e é por isso que ela se revela decisiva para estudar os interstícios do jornalismo pós-industrial:

[...] quando as coisas vão muito depressa, em situações nas quais as inovações proliferam, em que as fronteiras de grupo são incertas, em que o leque de entidades a considerar flutua, a sociologia do social não consegue mais encontrar novas associações de atores. Nessa altura, a última coisa a fazer seria limitar de antemão a forma, o tamanho, a heterogeneidade e a combinação de associações. (Latour, 2012, p. 31)

Como foi dito no início desta seção, as teorias do jornalismo industrial tendem a apresentar e representar uma prática estável e com contornos bem definidos. Na denominação da TAR, a atividade jornalística seria uma “caixa-preta”, uma entidade que, apesar de complexa, é percebida como estrutura única e indivisível. Tal como um “fato

---

<sup>117</sup> Tradução nossa a partir do original: “[...] innovators are constantly crossing the boundaries between nature and society”.

social” para a sociologia de Durkheim, o Jornalismo está sempre disponível e o pesquisador pode a qualquer momento recorrer a quadros de referência e contextos previamente estabelecidos para começar a investigação.

#### **4.1.3 O vocabulário da TAR**

A Teoria Ator-Rede recorre a um número limitado de conceitos-chave tanto para designar as entidades quanto para descrever as associações. Mediador, intermediário, simetria, caixa-preta, tradução... O vocabulário emprega algumas palavras e expressões de uso corrente, mas que recebem novos significados, alguns contraintuitivos. Muitas das críticas endereçadas à TAR decorrem da má interpretação destas noções pelos próprios críticos. Por esta razão, é necessário elucidar este pequeno e singular vocabulário.

Não é raro que os teóricos da TAR tratem alguns dos termos descritos a seguir como sinônimos, tornando o vocabulário ainda mais confuso para os não-iniciados. “Actante” muitas vezes é empegado como equivalente a “ator-rede”. Assim como é habitual encontrar o conceito de “mediador” como substituto ora de “actante” ora de “ator-rede”. “Intermediário” e “caixa-preta” passam a nomear a mesma coisa. De forma semelhante, o termo “mediação” é frequentemente utilizado como substituto de “tradução” e vice-versa. É possível localizar a “promiscuidade conceitual” tanto nos textos dos fundadores quanto daqueles que se apropriam da abordagem, daí que alguns trabalhos se dediquem a debater os conceitos ou tragam glossários na forma de anexo (Akrich & Latour, 1992; Holanda, 2014a; Hemmingway, 2008, Lemos, 2013).

Se isto não é um problema grave a partir do momento em que se entende o dispositivo teórico da Teoria Ator-Rede, surge a pergunta: Qual a razão de existir destes termos se eles descrevem coisas e fenômenos equivalentes? De fato, a sobreposição conceitual é evidente e insuperável. Diante do desafio, esta tese tenta se manter fiel aos conceitos tal como descritos nesta subseção, mas reconhece a possibilidade de eventuais dispersões semânticas em decorrência da incontornável polissemia.

##### **4.1.3.1 Ator e Actante**

Ator é qualquer coisa que é levada a agir por outras entidades. Não possui identidade, forma ou essência previamente definida, porque se constitui durante as dinâmicas associativas. “O ‘ator’, na expressão hifenizada ‘ator-rede’, não é a fonte de um ato e sim o alvo móvel de um amplo conjunto de entidades que enxameiam em sua direção” (Latour, 2012, p. 75). Justamente por ser o resultado efêmero de associações complexas, sua existência é idiossincrática, constituindo-se como evento único e insubstituível.

Para escapar do antropomorfismo associado ao termo ator, a TAR emprega com frequência o conceito de “actante” derivado da semiótica de Algirdas Greimas com o objetivo de

garantir a “indeterminação radical do ator” (Callon, 1999, p. 181). Na teoria literária, um ator desempenha sempre um papel (assume uma personagem) na narrativa, enquanto o actante pode ser “uma pessoa, um agente antropomórfico ou zoomórfico, uma coisa ou uma entidade abstrata” (Martin e Ringham, 2000, p.18).

A indeterminação morfológica das entidades ajuda a enfatizar a importância da ação, sempre mais relevante do que qualquer substância. Como bem destacou Czarniawska (2004), se o lema inicial proposto por Bruno Latour tivesse sido “siga os actantes” em vez de “siga os atores”, muitos mal-entendidos e críticas endereçados à Teoria Ator-Rede teriam sido evitados.

#### **4.1.3.2 Rede**

Na concepção da TAR, as redes são sempre performativas: formações instáveis que dependem da intensa negociação entre entidades associadas. Sem esforço não há rede, sem movimento, *idem*. Sua dinâmica corresponde aos fluxos e às transformações: “Ela é circulação, a inscrição de influências de actantes sobre actantes, tradução, mediação até sua estabilização como caixa-preta” (Lemos, 2013, p. 53). Se uma rede aparenta durabilidade ou estabilidade - o que é exceção, não a regra - é porque as entidades ali reunidas trabalham incansavelmente para que ela se mantenha “reconhecível ao longo do tempo e espaço” (Latour, Jensen, Venturini, Grauwin & Boullier, 2012).

“Rede é um conceito, não uma coisa” (Latour, 2012, p.192), portanto, a palavra não deve ser utilizada para designar qualquer representação gráfica, uma mera reunião de elementos interconectados por linhas. Desenhar uma rede significa imobilizar uma estrutura. Uma vez que a TAR não remete a formas previamente organizadas, a rede apenas se torna visível por meio do relato feito pelo próprio investigador, cuja missão é demonstrar a dinâmica na qual atores induzem uns aos outros ao deslocamento, a tomar rumos inesperados. A Teoria Ator-Rede revela, desta forma, seu caráter eminentemente metodológico: uma ferramenta útil para observar e descrever a formação de redes.

#### **4.1.3.3 Ator-Rede**

Segundo Latour (2012), o ator-rede é inspirado na “monadologia” de Tarde (2007). Para estudar a sociedade sem impor barreiras ou escalas, Tarde recorreu ao conceito de “mônada” do filósofo Gottfried Leibniz para propor uma abordagem infinitesimal na qual é impossível chegar ao “fim” (à unidade elementar ou ao todo), seja pela decomposição ou pela composição. É o conceito que permite investigar os fenômenos sociais sem recorrer aos dualismos micro X macro, agência X estrutura, individual X coletivo.

A teoria social clássica tem como hábito começar por um dos polos para explicar o outro, como se realmente houvesse duas esferas que deveriam ser estudadas separadamente: o

indivíduo explica o social, o social explica a indivíduo. Ao aplicar a TAR, o investigador não deve assumir qualquer escala inicial, porque os atores são as redes da mesma forma que as redes são os atores (Latour et al., 2012). O hífen do ator-rede não é oposição, mas justaposição (Callon, 1986a). Não há níveis distintos sobre fenômenos macro e micro, apenas pontos de vista diferentes sobre um mesmo fenômeno indissociável.

Um jogador de futebol é um ator-rede, bem como o clube no qual atua e a federação que organiza a competição. Todas estas três entidades são atores-redes, são totalidades justapostas, nenhuma é “maior” ou “menor” que a outra. A investigação sobre o jogador não convoca uma microssociologia da mesma forma que a federação não precisa de uma macrosociologia para ser explicada. “O macro já não descreve um local maior ou mais amplo em que o micro possa ser encaixado como as bonecas Matryoshka russas, mas outro lugar igualmente local, igualmente micro, conectado a muitos outros por algum meio que transporta tipos de traços específicos.” (Latour, 2012, p. 255).

O conceito de ator-rede conduz a três considerações: 1) o ator nunca é menos complexo do que a rede, porque ele só se torna ator ao *se fazer* rede<sup>118</sup>; 2) a rede não é uma entidade externa aos atores, porque os coletivos só *se fazem* rede pela ação dos atores; 3) abandono das generalizações tão caras à sociologia, visto que a modificação (ou substituição) de qualquer elemento altera simultaneamente a configuração do ator-rede<sup>119</sup>.

#### 4.1.3.4 Simetria

“A TAR foi desenvolvida para analisar situações em que é difícil separar humanos e não-humanos e nas quais os atores possuem formas e competências variáveis”<sup>120</sup> (Callon, 1999, p. 183). Assim, o conceito de simetria é fundamental para garantir a pertinência de uma abordagem que se autodenomina uma “sociologia dos objetos” (Latour, 1994b, p. 43). O programa sociológico simétrico exige que o investigador ignore as essências e as purificações para incluir todas as entidades no rol de participantes da sociedade. Explicações sociais restritas aos humanos não conseguem dar conta da multiplicidade das associações.

A simetria conduz à tentação de antropomorfizar os objetos para que eles ganhem vida e passem a integrar o “social”, mas Latour (2012) defende que a postura inversa talvez seja a mais eficaz no combate ao essencialismo: “Por favor, tratem os humanos como coisas, ofereçam a eles pelo menos o grau de realismo que vocês já estão dispostos a ceder às

---

<sup>118</sup> Apesar da forma exótica, a locução “se fazer” explicita a primazia da ação (ver Latour, 2015).

<sup>119</sup> É por isso que a Teoria Ator-Rede é uma abordagem sociotécnica das singularidades.

<sup>120</sup> Tradução nossa a partir do original: “ANT was developed to analyse situations in which it is difficult to separate humans and non-humans, and in which the actors have variable forms and competencies.”

modestas questões de interesse, materializem os humanos e, sim, *reifiquem-nos* ao máximo!” (p. 363).

A TAR se afasta dos discursos deterministas que pregam a “dominação” ou a “emancipação”, duas faces de uma mesma moeda que não permitem enxergar os vínculos, apenas as assimetrias (Latour, 2015). Contudo, é preciso salientar que simetria é um recurso contra o preconceito, não uma promessa utópica de “justiça” e “igualdade” entre elementos heterogêneos. A Teoria Ator-Rede se esforça para deixar claro que humanos e não-humanos se afetam mutuamente e formam novos híbridos ao exercerem pressões diferentes uns sobre os outros. Porém, as pressões só podem ser descritas após a associação, nada é predeterminado.

#### **4.1.3.5 Coletivo**

É usado para afastar o projeto de purificação historicamente presente nos termos “sociedade” e “social”, empregados em demasia para descrever as associações estáveis e exclusivamente humanas. A Teoria Ator-Rede recorre a “coletivo” com o objetivo de destacar a instabilidade e a heterogeneidade, mais condizentes com as redes performativas e a imprevisibilidade dos mediadores.

Coletivos são reuniões temporárias entre entidades que não partilham necessariamente as mesmas características nem são sociais de antemão, apenas *se tornam* sociais a partir da composição. Portanto, são formações gregárias que tendem a apresentar modificações significativas no decurso das associações.

#### **4.1.3.6 Agência e Mediação**

Ao se assumir como abordagem sociotécnica que atribui agência indiscriminadamente, fica evidente que “ação” é o ponto central da Teoria Ator-Rede. Todo ator é o resultado de múltiplas agências bem como tem a capacidade de agir sobre outras entidades com as quais se associa. O problema é que a ação é muitas vezes tratada como fenômeno linear, com origem e finalidade bem definidos. O risco do determinismo é elevado: “Em muitas teorias da ação, não existe esse deslocamento porque o segundo termo é previsto pelo primeiro: ‘Dê-me a causa e terei o efeito’” (Latour, 2012, p. 92).

Para superar as análises maniqueístas, a TAR recorre ao conceito de “mediação” com o objetivo de reforçar que toda ação é multidirecional, portanto, modifica (desloca) todas as entidades envolvidas. Mediação não é a transmissão de uma ação com origem no elemento “A” para modificar o elemento “B”, mas uma composição de forças em que A e B se alteram pela vinculação (ou hibridização), não importa onde se originou a ação (Latour, 1994b).

De forma mais específica, a TAR concebe a “mediação técnica” como uma forma de “delegação” que permite mobilizar “movimentos feitos em outro lugar, no passado, por outros actantes” (Latour, 1994b, p. 52). Assim, a mediação incorpora relações sociais aos artefatos técnicos e, por extensão, faz com que estes possam agir sobre quaisquer entidades (humanas e não-humanas).

#### **4.1.3.7 Mediador e Intermediário**

Ao ajustar o foco teórico sobre as mediações, a Teoria Ator-Rede concebe as entidades como mediadores ou intermediários. Mediadores são agentes da imprevisibilidade: “O que entra neles nunca define exatamente o que sai; sua especificidade precisa ser levada em conta todas as vezes. Os mediadores transformam, traduzem, distorcem e modificam o significado ou os elementos que supostamente veiculam” (Latour, 2012, p. 118). Sem mediadores não há movimento, não há rede. A TAR pode ser concebida como uma “sociologia dos mediadores”.

Por oposição, o intermediário opera a previsibilidade, “transporta significado ou força sem transformá-los: definir o que entra já define o que sai” (Latour, 2012, p. 118). Intermediários são caixas-pretas, elementos que se tornam invisíveis justamente porque não modificam o estado do coletivo. Isso não significa que um intermediário é uma entidade simples, longe disso, apenas quer dizer que é uma entidade “silenciada” por mediadores.

Um dos desafios da Teoria Ator-Rede é, portanto, identificar os mediadores e os intermediários para se concentrar na investigação dos primeiros, visto que são eles que conduzem às traduções. Contudo, como a TAR é uma abordagem anti-essencialista, ela parte do princípio de que toda entidade pode mudar de estatuto durante as associações:

Um computador em perfeito funcionamento é ótimo exemplo de um intermediário complicado, enquanto uma conversa banal pode se transformar numa cadeia terrivelmente complexa de mediadores onde paixões, opiniões e atitudes se bifurcam a cada instante. No entanto, quando quebra, o computador se torna um mediador pavorosamente complexo, ao passo que uma sofisticada discussão em uma mesa redonda em um encontro acadêmico às vezes se transforma num intermediário totalmente previsível e monótono, repetindo uma decisão tomada em outra parte. (...) é esta constante incerteza quanto à natureza íntima das entidades - elas se comportam como intermediários ou mediadores? (Latour, 2012, pp. 65-6)

#### **4.1.3.8 Tradução**

É o conceito que evoca simultaneamente a circulação, o movimento e a transformação que condicionam a existência da sociedade (Callon citado por Hernández & Marques, 2008). Sempre que mediadores entram em ação ocorrem eventos inesperados e é justamente por

esse motivo que a Teoria Ator-Rede emprega o termo “tradução”. Nele estão inscritas algumas noções que dirigem o foco para a imprevisibilidade: “desvio, traição, ambiguidade” (Latour, 1988, p. 253). É bastante improvável que as entidades se afetem mutuamente e conformem novos híbridos sem a ocorrência de distorções nos programas de ação iniciais.

Assim como ocorre entre duas pessoas que não falam o mesmo idioma, traduzir uma ação implica a negociação constante. “Tradução é um processo antes que seja um resultado”<sup>121</sup> (Callon, 1986b, p. 19), por isso, os diversos programas de ação podem funcionar ou falhar. A TAR não deixa de investigar os empreendimentos que falham, pois eles são tão significativos quanto aqueles que obtêm sucesso. Como a instabilidade é a norma, os coletivos heterogêneos podem ser concebidos como “cadeias de traduções”.

#### **4.1.3.9 Programa de ação**

Programas de ação são conjuntos de instruções que circulam entre mediadores. Um engenheiro de tráfego, ao executar a instalação de um semáforo em um cruzamento, induz outros agentes (motoristas e pedestres) a modificarem suas ações. Os programas de ação - “pare”, “siga”, “atravesse”, “aguarde” - estão inscritos no objeto técnico.

O importante é compreender que, para a Teoria Ator-Rede, “induzir” não é o mesmo que “causar” ou “fazer”. Programas de ação são resultado de negociações, sendo constantemente alterados (ou “traduzidos”) no decurso das associações. No exemplo do semáforo, motoristas e pedestres podem - consciente ou inconscientemente - ignorar a instrução ao não esperarem até que seja seguro prosseguir o movimento. O programa de ação também pode ser alterado a qualquer momento pela entidade que o inaugurou. De volta ao exemplo, a remoção do semáforo ou a alteração dos intervalos de tempo são alterações no programa de ação à disposição do engenheiro.

#### **4.1.3.10 Caixa-preta**

“A expressão caixa-preta é usada em cibernética sempre que uma máquina ou um conjunto de comandos se revela complexo demais. Em seu lugar, é desenhada uma caixinha preta, a respeito da qual não é preciso saber nada, senão o que nela entra e o que dela sai” (Latour, 2000, p. 14). Por isso, o conceito é empregado frequentemente como sinônimo de intermediário.

A metáfora é usada pela TAR para denominar aquilo que se encontra temporariamente estabilizado e que aparentemente não produz alteração no estado das coisas às quais se conecta. Não importa quão complicada é a entidade, sempre que ela entra em uma

---

<sup>121</sup> Tradução nossa a partir do original: “Translation is a process before it is a result.”

associação como um elemento simplificado, deve ser tratada como uma caixa-preta. Pode ser um dispositivo tecnológico, uma organização, uma teoria ou qualquer outra coisa, desde que se apresente como uma unidade incontroversa.

Por ser uma sociologia da mobilidade, a missão básica da Teoria Ator-Rede é abrir caixas-pretas para visualizar o intenso movimento de mediadores.

#### **4.1.3.11 Controvérsia**

A “controvérsia” é a chave metodológica para abrir a caixa-preta. Ela representa os pontos de contato (ou de composição) onde ocorrem as múltiplas negociações: “No interior das controvérsias estudadas, os atores intervenientes desenvolvem argumentos contraditórios e pontos de vista que os levam a propor diferentes versões do mundo social e natural”<sup>122</sup> (Callon, 1986b, p. 6). Seria mais correto dizer que Teoria Ator-Rede não parte de atores ou actantes, mas sim, das controvérsias responsáveis por alistar e dar movimento às entidades heterogêneas.

Sempre que surgem incertezas aparecem logo muitos mediadores que induzem outros mediadores a tomarem rumos inesperados num fluxo intenso de traduções. “Alimentar as incertezas” (Latour, 2012) é a estratégia ideal para seguir os mediadores em ação pelo maior tempo possível antes que eles se estabilizem novamente. Para manter visível o “social” (o movimento associativo), a Teoria Ator-Rede desenvolveu uma metodologia batizada de “cartografia de controvérsias”, cuja missão é confeccionar mapas planos para privilegiar as conexões a fim de seguir as negociações, os impasses, as polêmicas entre os actantes (Lemos, 2013; Pereira & Boechat, 2014; Venturini, 2010).

#### **4.1.4 A TAR na prática**

As subseções anteriores apresentaram as bases para compreensão geral da Teoria Ator-Rede: as origens, a crítica à Constituição Moderna, a proposta de inversão radical da perspectiva sociológica e os conceitos fundamentais. Agora, é preciso explicitar a maneira como a TAR é aplicada aos estudos de fenômenos sociotécnicos. A meta é demonstrar como a abordagem teórica favorece a investigação de inovações tecnológicas. Diante da vasta literatura disponível, foram selecionados dois estudos de caso representativos. O primeiro, de autoria de Michel Callon (1986a), relata as controvérsias sobre a produção de veículos elétricos na França nos anos 1970. O segundo, de John Law (1986), descreve as redes heterogêneas que sustentaram a expansão marítima portuguesa nos séculos XV e XVI.

---

<sup>122</sup> Tradução nossa a partir do original: “Within the controversies studied, the intervening actors develop contradictory arguments and points of view which lead them to propose different versions of the social and natural worlds.”



Três variáveis foram levadas em consideração na seleção dos estudos de caso. Em primeiro lugar, foram priorizados trabalhos publicados no formato de artigo. Ao não impor limites ao social, a Teoria Ator-Rede pode produzir relatos muito extensos e com alto grau de complexidade. Em segundo lugar, optou-se por favorecer textos de fundadores da TAR sem que fosse necessário recorrer novamente à obra de Bruno Latour<sup>123</sup>. Este capítulo demonstra a proeminência intelectual deste teórico, fato que não pode servir para eclipsar outros pesquisadores igualmente relevantes, ainda mais numa tese que não disserta sobre um autor, mas sobre uma teoria. A terceira variável que influenciou a decisão está relacionada ao objeto do estudo propriamente dito. Foram eleitos dois textos de referência quem aplicam a TAR para investigar inovações tecnológicas: um relato sobre o fracasso (Callon, 1986a) e outro sobre o sucesso (Law, 1986).

#### 4.1.4.1 Estudo de caso 1: o fracasso do carro elétrico francês

No início dos anos 1970, um grupo de engenheiros a serviço da empresa estatal *Électricité de France* propôs a construção de veículos elétricos para substituir os onipresentes motores de combustão interna (Callon, 1986a). A controvérsia inicial é facilmente identificada: “Qual o futuro do automóvel na sociedade francesa?”. Os fundamentos da polêmica estavam associados a dois acontecimentos marcantes do período: as manifestações culturais de maio de 1968 (com a pressão por tecnologias condizentes com uma “nova sociedade”) e a iminente crise mundial do petróleo, cujo ápice ocorreu um ano após o início do projeto.

“Maio de 1968” e “Crise do Petróleo” remetiam, respectivamente, a argumentos “sociais” e “naturais” para o desenvolvimento de veículos elétricos, mas os engenheiros não se prendiam às essências. Eles sabiam que precisavam atravessar a todo instante o amplo espectro de entidades que compõem o social: da técnica à cultura, passando pela economia e a política, simultaneamente dentro e fora do laboratório. Este é o primeiro ponto a ser destacado na abordagem sociotécnica da Teoria Ator-Rede. Ela se opõe a correntes que concebem o desenvolvimento tecnológico como uma sucessão linear em que as questões puramente “técnicas” ocupam a fase inicial e estão, portanto, dissociadas das questões “culturais”, localizadas no final da cadeia.

Os engenheiros da *Électricité de France* idealizavam papéis e alistavam entidades heterogêneas para desempenhá-los. Como não possuíam toda a expertise para construir baterias elétricas, era preciso convocar peritos de outra empresa, a *Compagnie Generale d'Electricite*. A *Renault*, maior montadora de veículos da França, poderia ser contratada como fornecedora de chassis. O governo francês subsidiaria custos aos interessados em

---

<sup>123</sup> Apesar da opção por Michel Callon e John Law, vale destacar duas excelentes aplicações da TAR publicadas em forma de livro por Latour (1988 e 1996): “*The pasteurization of France*” e “*Aramis, or the love of technology*”.

promover a expansão de novas fontes de energia. Também era necessário convocar as companhias de transporte para ajudar a implementar o projeto nos centros urbanos.

Até aqui tudo parece muito “social”, muito “humano”, mas os engenheiros alistavam, simultaneamente, muitas outras entidades: acumuladores, eletrodos, catalizadores, eletrólidos e células eletroquímicas. Também era necessário recorrer a estudos sobre o “Ciclo de Carnot” para atestar o rendimento satisfatório das baterias elétricas diante da potência já conhecida dos motores de combustão interna. Todos estes não-humanos estavam obrigatoriamente vinculados aos movimentos sociais que pleiteavam novas tecnologias, às autoridades atentas às consequências políticas e econômicas, e aos consumidores favoráveis ao empreendimento.

O alistamento de entidades heterogêneas torna óbvio o motivo pelo qual não se deve fixar fronteiras na investigação social. Se as baterias não desempenhassem o seu papel, o veículo elétrico não conseguiria atingir a velocidade esperada por potenciais compradores. Inversamente, sem o desejo manifesto dos compradores, não haveria razão para desenvolver baterias. De maneira semelhante, o ministro do Meio Ambiente francês não concederia o licenciamento para comercialização dos novos modelos caso os catalizadores apresentassem níveis elevados de contaminação química. Nenhuma destas entidades está “fora”, “acima” ou “abaixo”, bem como não remetem a “estruturas” ou “contextos”.

Sociólogos dificilmente levariam a sério as mediações que remontam ao híbrido “ministro-catalizador”, apesar de sua função fundamental para o êxito ou fracasso do projeto. A abordagem sociológica clássica se esforçaria para “enquadrar” a “aceitação” ou “rejeição” do veículo elétrico no interior de “padrões de consumo” previamente estabelecidos com foco exclusivo nas relações humanas. O princípio da simetria generalizada se revela bastante útil para investigar inovações: “Como podem os elementos sociais ficar isolados quando um ator-rede associa o movimento de um elétron com a satisfação do usuário?”<sup>124</sup> (Callon, 1986a, p. 99).

Alheios às dicotomias, os engenheiros da *Électricité de France* poderiam ser qualificados como “sociólogos impuros”, mas, para a TAR, eram actantes que “foram da eletroquímica à ciência política sem transição”<sup>125</sup> (Callon, 1986a, p. 86). Suas mediações tinham implicações em áreas tão diversas quanto as aspirações dos consumidores e das autoridades, as fontes científicas que corroboravam suas previsões desenvolvimentistas e a alta repentina do preço do petróleo no mercado internacional. Assim que outras entidades começaram a agir como mediadores e a rede iniciou seu movimento, a primeira

---

<sup>124</sup> Tradução nossa a partir do original: “How can the social elements be isolated when an actor network associates the spin of an electron directly with user satisfaction?”

<sup>125</sup><sup>125</sup> Tradução nossa a partir do original: “They went from electrochemistry to political science without transition.”

controvérsia- “qual o futuro do automóvel na sociedade francesa?” - foi desdobrada em diversas outras controvérsias.

Para que o projeto prosperasse, era preciso que a *Renault* deixasse de ser “a maior fabricante de automóveis tradicionais da França” para se tornar uma “designer de carrocerias para veículos elétricos”. Dito de outra forma, o programa de ação dos idealizadores do projeto alistava uma série de outros actantes para promover uma tradução que, se obtivesse êxito, tornaria a *Renault* um mero intermediário. Contudo, ao invés de se assumir como intermediária, a fabricante de veículos se revelou uma mediadora decisiva ao questionar os fundamentos do projeto e ao reafirmar a supremacia dos motores de combustão interna. Ao mesmo tempo, os testes realizados em laboratório com os catalizadores apresentavam níveis de contaminação mais elevados que os estipulados pelo governo. Para piorar, as baterias elétricas não obtinham a performance esperada pelos consumidores, e os movimentos sociais, decisivos para justificar os elevados custos envolvidos no desenvolvimento tecnológico, começaram a perder força na França.

Assim como não se deve estabelecer fronteiras para investigar os coletivos, as controvérsias revelam como é importante combater as essências tão presentes na noção de “hierarquia”. Partículas subatômicas agiam, mediavam, traduziam. Da mesma forma, a *Renault* e o governo francês agiam, mediavam, traduziam. Para a TAR, ninguém era “menor” nem “maior” antes de integrar o movimento associativo, todos eram actantes cujo “tamanho” (ou hierarquia) derivava das mediações e das traduções.

O projeto do veículo elétrico abriu a caixa-preta da indústria automotiva, deixando à mostra as associações entre entidades heterogêneas e os mecanismos de sua transformação. Os atores poderiam, a qualquer momento, redefinir suas ações e acrescentar novos elementos à rede. Contudo, a caixa-preta voltou a se fechar com o fracasso do projeto. A indústria automotiva retornou temporariamente ao pano de fundo, estava novamente livre de controvérsias e, portanto, fora do campo de interesse da Teoria Ator-Rede.

#### **4.1.4.2 Estudo de caso 2: o sucesso da expansão marítima portuguesa**

A historiografia clássica confere aos monarcas e navegadores os méritos pela expansão comercial que conectou a Europa ao Sudoeste da Ásia a partir do século XV. Law (1986) questiona esta explicação porque ela oculta uma enorme rede heterogênea subjacente às rotas marítimas. Havia uma controvérsia que parecia incontornável naquela época: “É possível navegar com relativa segurança por águas desconhecidas?”. A Coroa Portuguesa aceitou o desafio e começou a alistar uma vasta gama de entidades a fim de constituir um potente mecanismo para exercer controle a longa distância.

Era preciso desenvolver embarcações mais eficientes para navegar além da costa europeia e dos limites conhecidos do Mar Mediterrâneo. As naus portuguesas possuíam velas e cascos adequados para tirar proveito dos ventos e das correntes marítimas. A natureza “traíçoeira e mortífera” era traduzida como “aliada” para aumentar a velocidade do deslocamento. A infraestrutura simplificada das naus não exigia uma tripulação numerosa e, por consequência, permitia reduzir o total de paradas para o reabastecimento de alimentos e a manutenção de equipamentos. Este é um aspecto fundamental para minimizar os riscos de doenças tropicais que afligiam europeus nos portos africanos. Além de ágeis, as naus eram resistentes e equipadas com canhões que garantiam uma artilharia poderosa contra inimigos.

As embarcações eram importantes, mas não suficientes. Os navegantes precisavam controlar a localização e os deslocamentos, mesmo sem possuir domínio científico avançado nem ter mapas precisos à disposição. A controvérsia inicial se desdobrava, desta forma, em uma nova controvérsia associada simultaneamente a humanos e não-humanos. Sob a orientação de D. João II, foram alistados mediadores tão fundamentais quanto as naus: José Vizinho, Rodrigo das Pedras Negras, Martin Behaim e D. Diogo Ortiz de Vilhegas. O grupo seria responsável por criar mecanismos inovadores para aumentar as chances de sobrevivência e a navegabilidade dos marinheiros. Eles arregimentaram diversas entidades para produzir o “*Regimento do Astrolábio e do Quadrante*”, considerado um pioneiro manual de navegação. O documento permitia que pessoas sem conhecimentos científicos operassem - com a precisão necessária - equipamentos que tornavam o céu noturno um mapa disponível sempre que estivesse livre de nuvens.

Um relato histórico provavelmente descreveria o manual como um intermediário, um guia prático de navegação. Na versão sociotécnica da Teoria Ator-Rede, se o documento se tornou um intermediário, foi porque os portugueses demonstraram habilidade para estabilizar um mediador composto por inúmeros elementos dispersos no tempo e no espaço. O conhecimento de gerações de astrônomos e a recomposição de muitos objetos foram convertidos numa caixa-preta a serviço da Coroa. Sob a nova perspectiva, o “*Regimento do Astrolábio e do Quadrante*” era um ator-rede, uma “criteriosa justaposição de dados, instrumentos e normas para a orientação de marinheiros que, por sua vez, tinham a propriedade individual e coletiva de ser relativamente móveis, duráveis e vigorosos.”<sup>126</sup> (Law, 1986, p. 252).

Reis, mercadores, navegantes, astrônomos, mercenários, astrolábios, quadrantes, mapas astronômicos, manuais de navegação, embarcações, canhões, velas, portos, ventos e

---

<sup>126</sup> Tradução nossa a partir do original: “[...] judicious juxtaposition of data, instruments and rules for the guidance of mariners which in turn, had the individual and collective property that they were relatively mobile, durable and forceful”.

correntes. Retire uma destas entidades e não haverá rota entre Lisboa e Calicute. O relato histórico costuma subjugar a natureza, as técnicas e as tecnologias, relegadas à condição de “instrumentos” a serviço de grandes homens, estes sim, os heróis. Sem traduzir os céus como um mapa por meio de astrolábios e quadrantes, sem traduzir perigosos ventos e correntes marítimas em aliados por meio de velas inovadoras, não há expansão marítima nem imperialismo europeu. As naus não são meros instrumentos, bem como os ventos não são simples fenômenos naturais. Ambos são mediadores que agiram sobre todos os elementos. O eficiente sistema de controle à longa distância composto por humanos e não-humanos permitia à frota portuguesa maior mobilidade, durabilidade e força. Estas eram condições determinantes para que a entidade heterogênea “navegadores-embarcações” retornasse com segurança ao ponto de origem.

A mediação técnica delegou a objetos a capacidade de agir quando associados a outros objetos e a humanos segundo novos programas de ação traduzidos pelos mediadores. Astrolábios, estrelas e navegadores são híbridos no interior de outro híbrido, a nau. Todos estão conectados ao rei e aos comerciantes de especiarias na Ásia Ocidental. Mais uma vez cabe destacar que não há uma microsociologia da embarcação nem uma macrosociologia do imperialismo. Não existem escalas prévias nem essências. Política, economia, tecnologia e natureza não podem ser dissociadas, a menos que o intuito seja realmente promover a purificação da análise.

As inovações permitiram a Portugal fazer o que nenhum outro Estado-Nação da época conseguia fazer com a mesma eficiência: supervisionar, a partir da Europa, entidades que ocupavam outra dimensão espacial e temporal. A Teoria Ator-Rede, ao dotar de agência objetos para observar os híbridos e focar nas mediações, torna o sucesso do empreendimento português um fenômeno sociotécnico ainda mais fascinante. Seria a “Casa da Índia”, instalada onde hoje está o Terreiro do Paço, o embrião da NASA? De acordo com Law (1986) a pergunta não é descabida: “É possível sentar-se em uma sala de controle em Houston e influenciar os acontecimentos na outra extremidade do sistema solar”<sup>127</sup> (p. 258). Influenciar acontecimentos em outro continente era exatamente o que faziam as autoridades portuguesas dos séculos XV e XVI, mesmo sem eletricidade, computadores ou satélites, mas com a composição de inúmeros actantes (humanos e não-humanos) que mediavam e traduziam as rotas marítimas.

#### **4.1.5 As críticas à TAR**

A implosão das barreiras que protegiam o social, a sociedade e a sociologia deixaram a Teoria Ator-Rede exposta a inúmeras críticas. A reação é perfeitamente compreensível,

---

<sup>127</sup> Tradução nossa a partir do original: “It is possible to sit in a control-room in Houston and influence events at the other end of the solar system.”

visto que a abordagem se constrói a partir da oposição direta ao pensamento dominante. Ao chamar de “invenção” a separação entre sujeito e objeto (sob a chancela de “Constituição moderna”), o que está em causa é o próprio Iluminismo. Da mesma forma, o termo “sociologia do social” põe em dúvida as bases de uma das disciplinas estruturantes das Ciências Humanas e Sociais. Filósofos como Kant, Hegel, Bachelard, Heidegger, Habermas e Lyotard são censurados um a um<sup>128</sup> (Latour, 1994a). Os teóricos da TAR não são inocentes e têm plena consciência do empreendimento em que estão envolvidos. Ninguém espera sair ileso ao se envolver em disputas com intelectuais desta envergadura.

Parte considerável das críticas resulta de juízos apressados sobre os princípios que regem a TAR. O próprio Latour (1999b) salientou os dilemas derivados do emprego da expressão “Teoria Ator-Rede”, sendo o principal a falsa impressão de que se trata de uma nova forma de abordar a clássica distinção agente-estrutura (ou micro-macro). A discussão feita neste capítulo demonstra que este é um equívoco enorme, pois a TAR defende nada mais do que a superação completa destas dualidades. Nenhum dos elementos do nome escapou à autocrítica<sup>129</sup>: “Eu começarei dizendo que há quatro coisas que não funcionam com a teoria ator-rede; a palavra ator, a palavra rede, a palavra teoria e o hífen! Quatro pregos no caixão”<sup>130</sup> (Latour, 1999b, p. 15).

A TAR não sofre apenas ataques vindos das Ciências Humanas e Sociais. Entre as críticas mais frequentes estão a “dispersão” e “imprecisão” com que ela aborda temas técnicos e/ou científicos. Assim que os não-humanos são agrupados, a sociologia invade campos do conhecimento totalmente alheios à teoria social clássica, como a química, a física ou a biologia. O matemático Alan Sokal e o físico Jean Bricmont acusaram Latour de seguir a receita do “relativismo” pós-moderno<sup>131</sup> responsável por fazer afirmações vazias e absurdas sobre áreas que não conhece. “Seus trabalhos contêm grande número de proposições formuladas tão ambigualmente que dificilmente podem ser tomadas ao pé da letra” (Sokal & Bricmont, 2010, p. 97). Ao postular a existência social de carros elétricos (Callon, 1986a), vacinas (Latour, 1988), embarcações (Law, 1986), vieiras (Callon, 1986b)

---

<sup>128</sup> Da mesma forma a que se opõe a estes pensadores, a TAR convoca diversos intelectuais para o diálogo. Além de Gabriel Tarde, Harold Garfinkel e Algirdas Greimas, já mencionados nesta tese, Lemos (2013) salienta que a TAR recebe influência, em maior ou menor grau, de Michel Foucault, Gilles Deleuze, Félix Guattari, Michel Serres, Alfred Whitehead, Étienne Souriau e Marshall McLuhan.

<sup>129</sup> Posteriormente, Latour (2012) voltou a defender a validade do termo: “Se, na época, eu criticava todos os elementos de sua horrenda expressão, inclusive o hífen, agora vou defendê-los - o hífen *inclusive!*” (p. 28)

<sup>130</sup> Tradução nossa a partir do original: “I will start by saying that there are four things that do not work with actor-network theory; the word actor, the word network, the word theory and the hyphen! Four nails in the coffin.”

<sup>131</sup> Apesar da insistência dos críticos, Latour (1994a) rechaça, com a ironia que lhe é característica, a vinculação da TAR com o pós-modernismo: “Os pós-modernos acreditam que ainda são modernos porque aceitam a divisão total entre o mundo material e a técnica de um lado, os jogos de linguagem dos sujeitos falantes de outro. [...] ao acreditar realmente que os cientistas são extraterrestres, os pós-modernos concluem o modernismo, tirando-lhe para todo o sempre a mola propulsora de sua tensão.” (p. 61)

e tantas outras entidades que habitam domínios científicos específicos, surgem erros que não escapam ao crivo dos especialistas.

Enquanto Sokal e Bricmont (2010) definem os teóricos da TAR como pós-modernos, Cole (2013) faz o percurso inverso ao chamá-los de pré-modernos. A crítica surge da integração de não-humanos à dimensão social, supostamente responsável por alinhar a TAR a correntes filosóficas do “novo materialismo” que buscam constituir uma “ontologia orientada para o objeto”. Segundo Cole (2013), para “fazer as coisas falarem”, os investigadores precisam recorrer ao “discurso místico medieval” capaz de criar uma “ficção conveniente” que remonta à era “pré-moderna”. Não deixa de ser irônico constatar que uma abordagem fundada na superação das dicotomias é constantemente empurrada para uma das extremidades - “pré” ou “pós” - em críticas que insistem na busca por essências a partir de julgamentos maniqueístas.

Os conceitos utilizados pela TAR também não estão livres de polêmicas. Uma das críticas mais contundentes foi feita por David Bloor (1999) num artigo intitulado “*Anti-Latour*”. Como mencionado anteriormente (ver nota de rodapé 6), o princípio da simetria foi formulado pelo Programa Forte da Sociologia. Bloor, expoente desta corrente de pensamento, acusou Latour de deturpar o conceito para fundar uma abordagem “impraticável”, “obscura” e “confusa”. O postulado original defendia que relatos verdadeiros e falsos, racionais e irracionais, deveriam ser alvo do interesse sociológico, sem predeterminação ou pré-julgamento. O objetivo era superar a “assimetria” sociológica que partia da presunção de que o racional é “real” e o irracional é “falso”.

Ao se apropriar do princípio para defender a investigação simétrica entre humanos e não-humanos, a TAR foi, evidentemente, muito além da proposta inicial. Apesar de reconhecer os méritos do Programa Forte, Latour não deixou de criticar seus propositores por atribuírem todo peso à sociedade na hora de fornecer explicações sobre a natureza, mantendo, assim, o mundo essencialmente “assimétrico”. Bloor (1999) reagiu: “A concepção de Latour sobre o Programa Forte como algo que envolve um jogo de soma-zero entre ‘sociedade’ e ‘natureza’ está errada. (...) Todo conhecimento depende sempre da sociedade”<sup>132</sup> (p. 110). Simetria significa o tratamento igualitário das crenças socialmente compartilhadas e nada mais. Desta forma, Bloor resguardava o sentido inicial implicado no princípio ao mesmo tempo em que expunha a intromissão indevida e inconveniente da Teoria Ator-Rede<sup>133</sup>.

---

132 Tradução nossa a partir do original: “Latour’s conception of the Strong Program as involving a zero-sum game between ‘society’ and ‘nature’ is wrong. (...) All knowledge always depends on society”.

133 As críticas foram rebatidas no artigo “For David Bloor... and beyond: a reply to David Bloor’s ‘Anti-Latour’” (Latour, 1999b).



Alguns críticos demonstram, inclusive, ceticismo em relação à reformulação do princípio de simetria: “Apesar de a TAR afirmar ter atribuído valor explanatório equivalente para humanos e não-humanos - ultrapassando, assim, a distinção entre estrutura e agência - um humano é quase sempre inserido no centro da rede, sendo responsável pela sua montagem”<sup>134</sup> (Söderberg & Netzén, 2010, p. 110). Latour (2012) responde a este tipo de crítica reafirmando que simetria não significa anular as diferenças entre entidades. Basta lembrar que as interações não são “isobáricas”, portanto, os diversos atores exercem diferentes pressões sobre a rede. A questão é que as pressões exercidas pelas entidades reunidas resultam das ações, não são dados presumidos. Tornar simétrico é superar a dicotomia “sujeitos autônomos” *versus* “objetos reativos”: “A ANT não é - repito: não é - a criação uma de absurda 'simetria entre humanos e não humanos'. Obter simetria, para nós, significa *não* impor *a priori* uma *assimetria* espúria entre ação humana intencional e mundo material de relações causais” (Latour, 2012, p. 114).

Dotar não-humanos de intencionalidade para reintegrá-los à rede desconectada pelas essências e dicotomias parece ser o calcanhar de Aquiles da Teoria Ator-Rede e de seus praticantes. As críticas e as defesas se repetem *ad infinitum* com novos argumentadores e novas expressões, mas basicamente com o mesmo teor. Rüdiger (2015) promove uma espécie de “*remake*” de *Anti-Latour* (Bloor, 1999) ao publicar o artigo “*Contra o conexionismo abstrato: réplica a André Lemos*”<sup>135</sup>, dizendo que o investigador em questão “promove abstratamente um hiperempirismo de pouco alcance epistêmico” (p. 127). Aparentemente, Lemos (2013) se tornou um alvo preferencial por ser um dos principais divulgadores em língua portuguesa da TAR aplicada aos estudos da Comunicação.

Esta breve apresentação de um restrito conjunto de críticas é suficiente para demonstrar como a Teoria Ator-Rede suscita debates tensos e, por vezes, apaixonados. Seus defensores não costumam ser menos eloquentes que os críticos. O filósofo Graham Harman (2009) escreveu uma obra em tom de ode intitulada “*Prince of Networks: Bruno Latour and Metaphysics*”. Além de enaltecer Latour como o “príncipe das redes”, seu livro mais conhecido, “*Jamais fomos modernos*”, é apresentado como uma obra-prima contemporânea: “se uma peça mais original de filosofia surgiu nos últimos vinte anos, é desconhecida para mim”<sup>136</sup> (Harman, 2009, p. .57).

---

134 Tradução nossa a partir do original: “Although ANT claims to have attached equal explanatory value to humans and non-humans - thereby moving beyond the distinction between structure and agency - a human is nearly always placed at the centre of the network, being responsible for its assembly.”

135 A crítica de Rüdiger tem origem no artigo “A crítica da crítica essencialista da cibercultura” (Lemos, 2015). O debate foi ampliado numa tréplica (Lemos, 2016).

136 Tradução nossa a partir do original: “[...]“if a more original piece of philosophy has appeared in the past twenty years, it is unknown to me.”



A presente tese reconhece que a Teoria Ator-Rede é uma abordagem radical, mas, diante de uma criteriosa revisão de literatura (contrária e favorável), advoga a pertinência de seu emprego nas Ciências da Comunicação e, especificamente, nos estudos do jornalismo.

## 4.2 A TAR aplicada ao jornalismo

Um conjunto importante de acadêmicos vem destacando nos últimos anos a relevância da Teoria Ator-Rede para a investigação de fenômenos comunicacionais (Couldry, 2008; Felinto, 2013; Lemos, 2013, 2015; Lemos & Holanda, 2013; Santaella & Cardoso, 2015). Um dos motivos desta recente aproximação parece ser a constituição de uma nova “ambiência midiática”, conforme debatido no primeiro capítulo desta tese. A percepção generalizada de que a vida contemporânea decorre em um ambiente de “ubiquidade comunicacional” ajuda a explicitar a íntima relação que os novos dispositivos estabelecem com as atividades cotidianas. É como se os coletivos heterogêneos, apesar de sempre presentes na história da civilização, estivessem agora ainda mais visíveis e onipresentes na experiência ordinária em consequência da proliferação de tecnologias digitais, exigindo a expansão dos horizontes teóricos.

Diante das evidências, pode dizer-se que a TAR tem, paulatinamente, superado as desconfianças e os preconceitos, deixando de ser vista como uma abordagem excêntrica para se firmar como um programa consistente para tratar dos objetos e problemas das Ciências da Comunicação. Seria, contudo, impreciso e até mesmo falacioso afirmar que ela tem sido aplicada indiscriminadamente à totalidade dos fenômenos comunicacionais. Mais correto é relacionar a Teoria Ator-Rede com uma área mais restrita do campo: o estudo da mídia. Um dos primeiros teóricos a chamar atenção para a utilidade da TAR para os estudos midiáticos foi Silverstone (1994), cuja principal inspiração era o conceito de heterogeneidade presente nos trabalhos de John Law. Contudo, Silverstone se afastou da TAR para se concentrar no também original e instigante conceito de “domesticação”.

Segundo Couldry (2008), apesar de algumas deficiências frequentemente expostas pelos críticos, a “TAR permanece um importante antídoto às versões funcionalistas da teoria da mídia e uma inspiração rumo ao desenvolvimento de melhores versões de uma abordagem materialista para compreender o que é a mídia e suas consequências”<sup>137</sup> (p. 107). A menção à dimensão “materialista” é importante porque conduz as análises a novos tipos de abordagens das tecnologias da comunicação. Estas deixam de ser “ferramentas” que servem passivamente aos interesses humanos ou que, inversamente, condicionam os humanos segundo seus próprios interesses. Com foco na materialidade, a mídia passa a ser

---

<sup>137</sup> Tradução nossa a partir do original: “ANT remains an important antidote to functionalist versions of media theory and an inspiration towards developing better versions of a materialist approach to understanding what media are and their consequences”

tratada como um agente sociológico pleno, dotado de agência, sem que isso represente um retorno ao determinismo tecnológico.

A perspectiva da TAR sobre a “mediação técnica” é frequentemente apontada como um contributo decisivo para a pesquisa de práticas comunicacionais em que a dimensão tecnológica assume um papel decisivo (Felinto, 2013; Santaella & Cardoso, 2015). O conceito conduz a pelo menos três importantes contributos. Em primeiro lugar, permite observar os meios de comunicação como a materialização de programas de ação distribuídos por delegação aos não-humanos. Além disso, os próprios meios podem ser caracterizados como actantes derivados das associações e que agem sobre outras entidades. Não menos relevante é a possibilidade de compreender a comunicação a partir da formação de híbridos com novos programas de ação.

A principal vantagem da noção de mediação técnica tal como proposto pela TAR é a extinção de qualquer relação de causa e efeito derivada de concepções essencialistas da mídia. É também com base neste fundamento que Lemos (2013) defende uma aproximação teórica ainda mais incisiva: “Não seria absurdo afirmar que a TAR poderia ser vista como uma ‘teoria da comunicação’. Mediação e associação são, basicamente, comunicação” (p. 68). Mesmo sem aderir diretamente a este debate epistemológico, é possível compreender o potencial da Teoria Ator-Rede no estímulo a novos olhares sobre a mídia, sobretudo diante do avanço das tecnologias digitais:

No que se refere à cultura digital, devemos entender que a ação com o uso das tecnologias de comunicação e informação, por mais simples que seja, associa múltiplos atores em uma circulação de mediações e delegações atravessando espaços e contextos: engenheiros, criadores, produtores de informação, empresas, distribuidores, usuários, leis, softwares e bancos de dados, servidores, redes... Compreender a cultura digital é entender a relações entre esses diversos atores e suas formas de dobra e acoplagem, através de boas descrições e análises de seus rastros. (Lemos, 2015, p. 48)

Apesar de recente, já é possível reconhecer algumas subáreas do campo de estudos da mídia bastante sensíveis à aplicação da TAR. Algumas propostas originais demonstram que a abordagem sociotécnica é pertinente para observar, por exemplo, fenômenos específicos como a transmidialidade (Azambuja & Leite, 2012) e a midiatização (Holanda, 2014b). Outros pesquisadores destacam sua eficiência metodológica para observar a formação de redes a partir da visualização de “rastros digitais” (Bruno, 2012; Pereira & Boechat, 2014).

Assim como ocorreu nas pesquisas sobre os meios de comunicação, a Teoria Ator-Rede passou a ser aplicada consistentemente em investigações centradas no jornalismo. Muitos trabalhos recorrem ao princípio de simetria entre humanos e não-humanos para investigar mudanças no interior das redações (Anderson & Kreiss, 2013; Hemmingway, 2008; Lewis &

Westlund, 2014; Micó, Masip, & Domingo, 2013; Plesner, 2009; Spyridou, Matsiola, Veglis, Kalliris, & Dimoulas, 2013; Weiss & Domingo, 2010). São pesquisas que buscam compreender as alterações nas práticas, nas normas e nos valores da atividade jornalística diante da complexificação das mediações sociotécnicas decorrentes dos processos de digitalização. Apesar da diversidade empírica, o que une estes trabalhos é a tentativa de integração das novas tecnologias ao estudo do jornalismo sem a necessidade de recorrer aos determinismos sempre perigosos e inconvenientes.

O estudo com maior nível de detalhamento foi realizado por Hemmingway (2008), que passou três anos acompanhando o trabalho de jornalistas da *BBC* nas unidades de Nottingham e Birmingham, no Reino Unido. O objetivo central era verificar como a estrutura sociotécnica que integra jornalistas, câmaras de vídeo, satélites e tantas outras entidades heterogêneas, altera a produção do noticiário regional. A partir da observação direta de inúmeras mediações e traduções, Hemmingway (2008) propôs o conceito de “episteme da notícia” (“*news episteme*”) para se referir às “rotinas, práticas, tarefas e responsabilidades tanto de humanos quanto de tecnologias que, juntos e em conjunto uns com os outros, constituem o que nós consideramos prática noticiosa”<sup>138</sup> (p. 220). O maior mérito do conceito é destacar que, assim como os repórteres e editores, as tecnologias assumem “responsabilidades”. Em vez de previamente determinar o jornalista como “centro” da rede ou elemento com maior “hierarquia”, o pesquisador deve ser capaz de seguir o jornalista como ele realmente é: mais um ator constituído durante as associações com inúmeros actantes que agem sobre ele e sobre os quais ele também age.

Em outro trabalho que segue os coletivos heterogêneos do jornalismo, Lewis e Westlund (2014) utilizam a Teoria Ator-Rede para tentar superar os “pontos cegos na literatura” acadêmica. Uma das principais lacunas, segundo os pesquisadores, é resultado da insistente tentativa de se marginalizar todos os agentes que não são previamente rotulados como “jornalistas profissionais”. O erro se torna ainda mais evidente quando a dimensão tecnológica parece se multiplicar e praticamente todas as etapas da produção da notícia são mediadas por entidades digitais (hardwares e softwares) que extrapolam os conhecimentos básicos dos jornalistas profissionais. O estabelecimento prévio de rígidas fronteiras faz com que actantes fundamentais permaneçam imóveis durante a investigação, como se fossem meros intermediários a serviço daqueles que realmente tomam as decisões: repórteres e editores.

Basta adotar o princípio da simetria para enxergar o jornalismo com outros olhos: “Os tecnólogos podem participar na etapa de distribuição [da notícia] ao traduzir valores

---

<sup>138</sup> Tradução nossa a partir do original: “[...] routines, practices, tasks and responsibilities of both humans and technologies that together and in conjunction with one another constitute what we understand as news practice.”

jornalísticos em código de programação - em certo sentido, orientando actantes tecnológicos para se comportar, na medida do possível, como se fossem jornalistas humanos”<sup>139</sup> (Lewis e Westlund, 2014, p. 14)<sup>140</sup>. À semelhança do que ocorre com tantas outras entidades “não-jornalísticas”, “tecnólogos” e “códigos de programação” são, na maior parte das vezes, invisíveis para as teorias do jornalismo industrial. Mesmo quando surgem durante as análises, dispositivos técnicos e pessoas sem treinamento jornalístico prévio são enquadrados como “servos humildes” (Latour, 2012, p. 111) que prestam serviços sem agir sobre outros elementos. Os pontos cegos começam a desaparecer quando engenheiros informáticos e algoritmos participam da mediação conjuntamente com os jornalistas para traduzir as práticas jornalísticas.

O jornalismo deixa de ser uma caixa-preta estabilizada pela predeterminação e fixação de entidades “jornalísticas” e “não-jornalísticas” para se tornar uma cadeia de traduções estimuladas por controvérsias em que diversos actantes assumem diferentes programas de ação durante as associações. É como se entidades historicamente silenciadas pela tradição teórica estivessem finalmente livres para integrar a investigação. Cabe destacar que todos estes trabalhos permanecem centrados nas redações e empresas jornalísticas, como fazem as teorias clássicas, ainda que evitem as armadilhas purificadoras que limitaram os resultados do gatekeeping e do newsmaking. Segundo Anderson (2011), quando utilizada para investigar o *locus* privilegiado da atividade jornalística, a TAR representa um referencial teórico e metodológico que permite ao etnógrafo “explodir a redação” (“*blowing up the newsroom*”) para agregar entidades que não possuem uma “essência jornalística”.

Contudo, um número crescente de abordagens tem buscado extrapolar os limites físicos das redações e empresas jornalísticas para instituir novas perspectivas a partir da aplicação direta da Teoria Ator-Rede. Alguns estudos têm como objetivo descrever as mediações entre actantes humanos e não-humanos associados a fenômenos on-line como a “circulação de notícias” em redes sociais (Longhi & Sousa, 2012), a configuração da “memória” no webjornalismo (Martins, 2012) e a caracterização de blogs e hiperlinks como “traços materiais de intertextualidade que caracterizam o discurso metajornalístico” (De Maeyer & Le Cam, 2014).

Outras investigações aplicam a TAR para observar a formação de redes sociotécnicas no jornalismo móvel a partir dos *wearable devices* (Ananny, 2015) e dos tablets (Holanda, 2014a). É possível encontrar abordagens ainda mais *sui generis*, como fazem Fioravanti e

---

<sup>139</sup> Tradução nossa a partir do original: ““Technologists may take part in the distribution stage by translating journalistic values into programming code — in a sense, directing technological actants to behave, to the extent possible, as if they were human journalists.”

<sup>140</sup> Apesar da relevante contribuição para o debate, os autores fazem uma distinção equivocada entre “atores” humanos e “actantes” não-humanos. A TAR claramente evita tais dicotomias.

Velho (2010) ao debater alguns dilemas do jornalismo científico. Segundo estes autores, a TAR pode melhorar a qualidade das reportagens ao demonstrar a importância de outros atores tão importantes quanto cientistas e experimentos. A integração de entidades que a princípio não seriam denominadas “científicas” torna visível a existência de redes muito mais complexas e que ajudam a expor ao público em geral as incertezas sobre a produção científica.

Esta revisão inicial da literatura apresenta a capacidade da Teoria Ator-Rede para integrar elementos que são subvalorizados ou completamente negligenciados pelas teorias do jornalismo industrial. A adoção do princípio da simetria, a observação dos actantes e o foco nas mediações que formam híbridos responsáveis por traduzir programas de ação, dão visibilidade a uma rede que durante muito tempo foi ignorada.

#### 4.2.1 As “redes impuras” do jornalismo

“O mundo não se parece com um continente sólido de fatos pontilhados por algumas lagoas de incertezas; é um vasto oceano de incertezas pintalgado de ilhotas de formas calibradas e estabilizadas” (Latour, 2012, p. 349). Tal como foi analisado no capítulo 3, a investigação sobre o jornalismo está repleta de certezas que conduzem constantemente a definições apriorísticas: “O Jornalismo é...”. Chegou a hora de reconhecer que, se existe uma “regra”, esta é a própria incerteza.

Esta tese se apresenta como um “projeto de despurificação” do jornalismo. Convoca-se a Teoria Ator-Rede para, em primeiro lugar, superar a imobilidade oriunda de uma longa tradição teórica e, em seguida, reposicionar os diversos “jornalismos” derivados dos deslocamentos promovidos pelas redes sociotécnicas. O jornalista não define o jornalismo porque ele mesmo não possui uma definição incontestável, é somente mais um actante deslocado por mediações heterogêneas. De forma inversa, não existe um “Jornalismo” que define “o que é ser jornalista”, pois ambos são traduzidos constantemente por entidades que não possuem qualquer “essência jornalística” *a priori*, mas que passam a *fazer* jornalismo quando entram em associações específicas.

Há elementos suficientes para demonstrar que o jornalismo nunca foi “puro”, tendo apenas assumido um “disfarce” para advogar uma purificação imaginária. Conforme citado no capítulo anterior, alguns movimentos como o “novo jornalismo” e o “jornalismo gonzo” instauraram controvérsias entre os anos 1960 e 1970 sobre os supostos limites da prática jornalística. Ainda que Truman Capote, Gay Talese, Tom Wolfe e Hunter S. Thompson, entre outros, sejam nomes admirados no presente, todos foram marginalizados por um “*mainstream*” jornalístico que pregava uma prática específica a partir de argumentos normativos e deontológicos.

Tal como a Constituição moderna denunciada por Latour (1994a), o projeto de purificação do jornalismo é uma “invenção” que assume o jornalista como uma essência simultaneamente afastada das tecnologias e dos não-jornalistas. Numa crítica incisiva à tradição acadêmica, Turner (2005) afirma que os “atores geralmente surgem em três sabores: fontes, jornalistas e membros da audiência. Todos são humanos”<sup>141</sup> (p. 322). O primeiro passo para abrir a caixa-preta do jornalismo é deixar de tratar os “jornalistas profissionais” como intermediários isentos e autônomos para que a mediação jornalística passe a ser observada como uma “operação de tradução” coletiva e “híbrida” (Arce, Alzamora & Salgado, 2014).

Primo e Zago (2014) identificam a necessidade de promover uma mudança fundamental na forma de conceber as complexas redes jornalísticas: em vez de perguntar “Quem faz jornalismo?”, é preciso questionar “O que faz jornalismo?”. O jornalismo não é uma entidade exclusivamente humana, mas um processo heterogêneo. Objetos não são intermediários, eles fazem jornalismo, mas têm sido silenciados por abordagens radicalmente antropocêntricas.

Dizer “jornalismo” é o mesmo que não dizer nada. Não descreve o que ele é nem esclarece sobre sua prática. (...) Retire do “jornalismo” a internet, as empresas jornalísticas, as universidades e professores de jornalismo, os jornaleiros, os distribuidores, os computadores, os celulares, os órgãos reguladores, o papel jornal, a web...e veja se você ainda vê algum “sujeito” livre de amarras! (Lemos, 2011, p. 18)

Diante de tamanha diversidade, a pesquisa acadêmica deve buscar compreender “as redes impuras do jornalismo” (Satuf, 2015b), estejam onde estiver e sejam constituídas do que for. Parafraseando Latour (2012), é preciso “reagregar o jornalismo”. Contudo, para reatar os elementos, as teorias e os métodos empregados na investigação precisam parar de promover a rigorosa assepsia que amputa da prática jornalística uma série de entidades heterogêneas.

“Tão logo a agência dos artefatos é reconhecida, bem como as transformações que eles exercem sobre associações e outros actantes, a própria definição de jornalismo precisa ser reconsiderada”<sup>142</sup> (Primo & Zago, 2014, p. 39). Em contraste com a definição de jornalismo industrial apresentada por Schudson (2003) no início do capítulo 3, Domingo e Le Cam (2015) sustentam que a melhor atitude é dirigir o foco para a diversidade de atores heterogêneos engajados na construção da informação jornalística. Mesmo sem fazer

---

<sup>141</sup> Tradução nossa a partir do original: “[...] actors generally come in three flavors: sources, journalists and audience members. All are human.”

<sup>142</sup> Tradução nossa a partir do original: “As soon as the agency of artifacts is recognized, as well as the transformations that it exerts over associations and other actants, the very definition of journalism needs to be reconsidered.”

referência direta ao jornalismo pós-industrial, os autores se apoiam na Teoria Ator-Rede para apresentar uma noção bastante adequada ao cenário contemporâneo:

Nós preferimos conceituar o jornalismo como uma prática social, definida pelas atividades que são necessárias para criação das notícias, em vez de estruturas institucionalizadas e posições profissionais. (...) Nossa hipótese é que o jornalismo como uma prática está “em dispersão”, que as fronteiras profissionais do jornalismo representam apenas uma de suas configurações, histórica e simbolicamente construída. Outros atores do lado de fora de organizações jornalísticas institucionalizadas estão também participando ativamente na construção das notícias.<sup>143</sup> (Domingo & Le Cam, 2015, p. 138)

A mesma “impureza” contamina a noção de informação jornalística. Apesar de distantes do campo da comunicação ou do jornalismo, Star e Griesemer (1989) se inspiraram na Teoria Ator-Rede para cunhar o instigante conceito de “objetos de fronteira” (“*boundary objects*”). Quando diferentes atores precisam trabalhar sobre uma mesma entidade, pouco importa se concreta ou abstrata, precisam promover negociações a fim de “reconciliar significados” que atravessam diferentes “mundos sociais”. “Objetos de fronteira” são operadores de traduções: possuem diferentes significados em diferentes pontos da rede, mas sua configuração é comum o suficiente para que se mantenham reconhecíveis. São “plásticos o suficiente para se adaptar às necessidades locais e às restrições das diversas partes que os empregam, ainda que robustos o suficiente para manter uma identidade comum”<sup>144</sup> (Star & Griesemer, 1989, p. 393).

No âmbito do jornalismo pós-industrial, a informação jornalística pode ser compreendida como um “objeto de fronteira” exemplar. É uma noção que transita entre diferentes mundos sociais - dos jornalistas, dos informáticos, dos executivos, das audiências, etc - com diferentes significados sempre traduzidos de um ponto ao outro, ainda que mantenha alguma coerência. Sem este mínimo denominador comum, seria impossível que os diferentes atores negociassem constantemente seu próprio significado.

Em suma, as teorias do jornalismo industrial apresentam a forte tendência de partir de atores e práticas previamente qualificados. O ponto inicial é quase sempre um jornalismo “estruturado” por jornalistas emoldurados em “enquadrados de referências” mantidos por

---

<sup>143</sup> Tradução nossa a partir do original: “We prefer to conceptualize journalism as a social practice, defined by the activities that are necessary for the creation of news, rather than by institutionalized structures and professional positions. (...) Our hypothesis is that journalism as a practice is “in dispersion”, that the professional boundaries of journalism represent only one of its configurations, historically and symbolically constructed. Other social actors outside institutionalized journalistic organizations are also actively participating in the co-construction of news.”

<sup>144</sup> Tradução nossa a partir do original: “Boundary objects are objects which are both plastic enough to adapt to local needs and the constraints of the several parties employing them, yet robust enough to maintain a common identity.”

práticas que determinam os “contextos” das ações. A investigação prima por separar e rotular o que é certo daquilo que é errado. Quando as coisas já estão previamente definidas, não há resultado inesperado, “todos os caminhos se encontrarão no fim, já que de certa forma são meios puramente arbitrários de delinear o mesmo animal gigantesco – tal qual ocorreu com o elefante proverbial, agarrado sucessivamente pela perna, pela orelha, pelo tronco e pela presa” (Latour, 2012, p. 61).

Assumindo como marco teórico-metodológico a Teoria Ator-Rede, Domingo, Masip e Meijer (2015) sustentam que as pesquisas sobre o jornalismo precisam aprender a desenhar animais diferentes. De acordo com estes autores, compreender como as diversas redes jornalísticas são sobrepostas e se modificam permite deslocar a ênfase das instituições para as práticas, abrindo as “caixas-pretas” onde estão encapsuladas as normas e definições do jornalismo. “Cada pesquisador pode aspirar traçar uma rede jornalística específica num determinado momento e, ao partilhar os resultados com outros, irá começar a emergir o mosaico de jornalismo que são praticados hoje”<sup>145</sup> (Domingo, Masip & Meijer, 2015, p. 63).

A atitude ativa do investigador para contribuir na constituição do “mosaico de jornalismo” deixa claro porque foi dito no início deste capítulo que “é o próprio objeto que fornece as explicações, com a intervenção parcial do pesquisador”. A parcialidade do pesquisador não significa menos “cientificidade”, simplesmente expõe a impossibilidade de traçar uma rede sem intervir sobre a sua constituição. É esta proposição metodológica que separa a teoria social essencialista do relativismo advogado pela TAR: “Se na primeira escola, atores estudiosos estão em barcos separados, na segunda permanecem num só o tempo todo e desempenham o mesmo papel, ou seja, a formação de grupos” (Latour, 2012, p. 58).

O jornalismo pós-industrial é um fenômeno “intersticial” (Anderson, Bell, & Shirky, 2012) e “em dispersão” (Domingo & Le Cam, 2015) que convoca novas abordagens teóricas. A Teoria Ator-Rede é útil, segundo Lewis (2015), justamente porque “traz à vista objetos, relações e dinâmicas da mudança tecnológica e da inovação, libertando os pesquisadores da adesão a velhas categorias que podem já não ser relevantes para estudar as tecnologias midiáticas”<sup>146</sup> (p. 224). Em vez de estudar o jornalismo “sancionado”, cabe estudar os jornalismo abertos e incertos.

---

<sup>145</sup> Tradução nossa a partir do original: “Each researcher can aspire to trace a specific news network at a time and by sharing the results with others, the mosaic of the journalism that are being practised today would start to emerge.”

<sup>146</sup> Tradução nossa a partir do original: “[...] it brings into view the objects, relationships, and dynamics of technological change and innovation, freeing researchers from adhering to old categories that may no longer be relevant to the study of media technologies [...]”



#### 4.2.2 A TAR e os agregadores de notícias

Os aplicativos agregadores de notícias para dispositivos móveis integram o conjunto de objetos midiáticos que vem sendo investigados sob a perspectiva da Teoria Ator-Rede. É verdade que os primeiros trabalhos já publicados assumem um caráter bastante exploratório e apresentam ainda pouca projeção para formar um corpo teórico consistente. Contudo, sugerem a pertinência da abordagem teórica para pesquisar inovações relacionadas às tecnologias da comunicação.

Teixeira e Singer (2011) investigam a maneira como entidades não-humanas, entre as quais as bases de dados digitais, as linguagens computacionais e os sistemas algorítmicos, agem simultaneamente sobre a distribuição, a organização, o consumo e a intervenção dos usuários sobre conteúdos que circulam na internet. Os autores sustentam que os agregadores descentralizam a informação na web e alteram “o modo como os jornalistas podem ter sua informação transmitida e como as teorias do jornalismo devem se desenvolver” (Teixeira e Singer, 2011, p. 1). Esta observação acerca das teorias do jornalismo está claramente em sintonia com a proposição presente nesta tese.

Lewis e Westlund (2014) observam os aplicativos agregadores de notícias para dispositivos móveis como “actantes tecnológicos” que reconfiguram o fluxo informacional. O estudo afirma que estes novos actantes são entidades exteriores às organizações jornalísticas e, apesar da pouca atenção dispensada por parte dos acadêmicos, são elementos decisivos para compreender o jornalismo. “Exemplos podem incluir aplicações para telefones móveis e tablets tais como *Flipboard*, *Zite* e *Paper*, guiados por formas automatizadas de empacotamento de conteúdo personalizado”<sup>147</sup> (Lewis & Westlund, 2014, p. 8).

Outros trabalhos promovem análises centradas no *Flipboard*, um dos aplicativos agregadores de informação jornalística mais populares entre usuários de dispositivos móveis (Canavilhas & Satuf, 2015). Primo (2011) compreende o app como um “composto informacional midiático” que estabelece uma vasta rede de associações heterogêneas. Numa abordagem semelhante, Satuf (2015) concebe o *Flipboard* como uma “interface-actante”: “um agente híbrido que metamorfoseia o hardware (smartphone e tablets) ao mesmo tempo em que se associa a outros actantes em processos que geram cadeias de mediação” (p. 78). São os efeitos destas diversas mediações entre agentes humanos e não-humanos que promovem as traduções, os deslocamentos que constituem a rede jornalística.

---

<sup>147</sup> Tradução nossa a partir do original: Examples of this would include mobile and tablete applications such as Flipboard, Zite, and Facebook Paper, driven by automated forms of personalized content packaging.

Esta tese se une a estes esforços iniciais com o objetivo de estabelecer uma análise detalhada e com maior nível de profundidade sobre os aplicativos agregadores de informação jornalística para dispositivos móveis. A Teoria Ator-Rede se mostrou até aqui um referencial teórico importante para tratar do objeto em questão, agora é preciso destacar suas estratégias metodológicas e empíricas.

## **PARTE II**

# **INVESTIGAÇÃO EMPÍRICA**

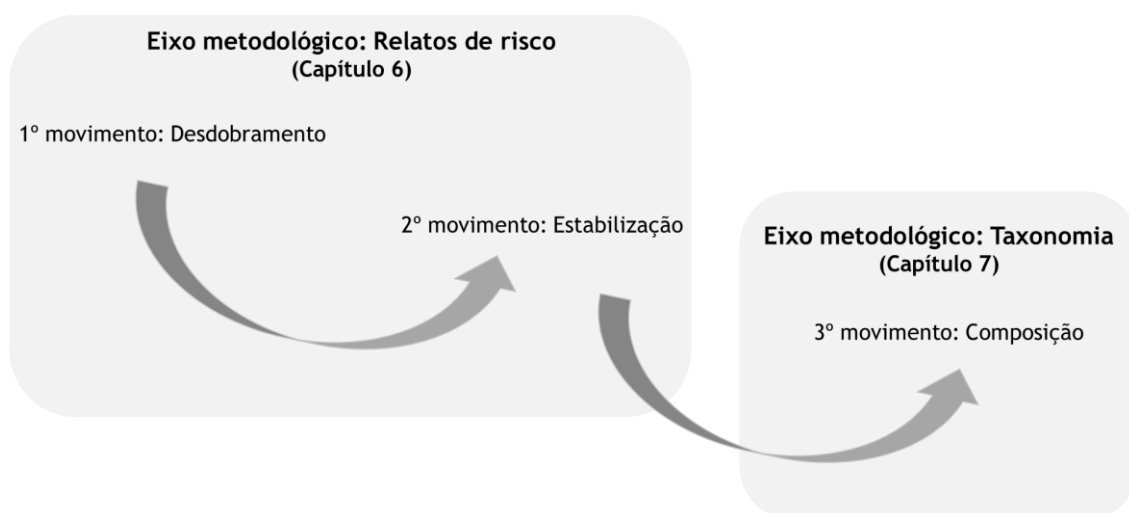


# Capítulo 5 - Metodologia

## Introdução

Este capítulo apresenta as diretrizes gerais da metodologia, bem como os objetos que integram o trabalho empírico desenvolvido nos capítulos 6 e 7. O texto está dividido em três partes, com as seções 5.1 e 5.2 orientadas para o detalhamento do percurso metodológico usado na investigação dos aplicativos agregadores de informação jornalística para dispositivos móveis. A seção 5.3 apresenta a delimitação dos apps que compõem o corpus de análise e discute algumas restrições tecnológicas relacionadas aos instrumentos utilizados durante o trabalho de coleta e observação do material.

Antes de pormenorizar a metodologia, convém fornecer uma visão ampla do percurso investigativo, representado graficamente na figura 6. Inspirada na proposta de Latour (2012) para aplicar a Teoria Ator-Rede a fenômenos sociotécnicos, a exploração empírica é desenvolvida em três etapas sucessivas: “desdobramento”, “estabilização” e “composição”. Estes três movimentos estão inseridos em dois grandes eixos metodológicos denominados “relatos de risco” e “taxonomia”. Os termos utilizados não devem ser vistos como meros slogans ou jargões metodológicos, visto que a semântica empregada está diretamente vinculada aos objetivos da tese.



**Figura 6:** Diagrama metodológico  
Fonte: Elaborado pelo autor

As duas primeiras etapas - desdobramento e estabilização - têm como meta explicitar as controvérsias que desdobram atores e actantes em “redes de mediações” para, em seguida, observar como estas mesmas entidades heterogêneas buscam se estabilizar formando “semipadrões”. Desdobramento e estabilização estão inseridas numa abordagem metodológica designada de “relatos de risco” (Latour, 2012), formalmente apresentada na seção 5.1 e desenvolvida no capítulo 6. Devido ao nível de detalhamento exigido para produzir tais relatos, a empiria se restringe a um subconjunto representativo de aplicativos. As decisões que levaram à escolha destes apps são apresentadas na seção 5.3.

A terceira etapa - composição - se orienta pelos “semipadrões” constituídos nos relatos de risco para estabelecer parâmetros a partir dos quais é possível analisar comparativamente os aplicativos agregadores de informação jornalística. Esta última etapa, debatida na seção 5.2, é o substrato metodológico que permite estabelecer, no capítulo 7, a “taxonomia” dos apps. Ao contrário do reduzido conjunto de aplicativos que compõe os relatos de risco, a taxonomia obriga que o número de apps seja ampliado significativamente. A expansão do corpus está igualmente justificada na seção 5.3.

## 5.1 Relatos de risco

Os adeptos da Teoria Ator-Rede costumam comparar o método que busca descrever os actantes, as mediações e as traduções com o trabalho árduo de uma pequena formiga que transporta alimentos incessantemente para o formigueiro. A analogia não é fortuita e possui lastro idiomático. Em língua inglesa, o acrônimo “ANT” (*Actor-Network Theory*) forma a palavra “formiga”. Ao contrário de outros métodos empregados em teoria social, o investigador não “paira” sobre o objeto de estudo tal como uma ave que vê tudo de cima e estabelece previamente as estruturas, os contextos e os quadros de referência. A TAR obriga que o pesquisador esteja permanentemente no mesmo nível das entidades para observar as ações e transformações que costuram a rede.

Conforme destacado no capítulo 4, rede não é uma representação gráfica, mas um conceito utilizado para descrever a dinâmica na qual atores induzem uns aos outros ao deslocamento, a tomar rumos inesperados. Para explorar as associações entre entidades heterogêneas, Latour (2012) propõe um método anti-essencialista e eminentemente descritivo batizado com o sugestivo nome de “relato de risco”<sup>148</sup>. O princípio não pode ser

---

<sup>148</sup> Latour (2012) busca inspiração em intelectuais que inserem o “risco” na teoria social, como Howard Becker e seus “outsiders”: “Sem dúvida, suas descrições são sempre incompletas, abertas, hesitantes; ficam sempre no meio do caminho e param sem razão aparente; mas isso não é uma fraqueza de sua parte, e sim o resultado de sua extrema atenção aos caprichos da experiência” (p. 346).

mais simples: é o próprio relato do investigador, focado nas mediações e nas traduções, o responsável por constituir, passo a passo, a rede. Vale destacar novamente uma sentença axiomática da Teoria Ator-Rede: a sociedade “deveria ser posta à nossa frente, não atrás de nós” (Latour, 2012, p. 247).

Qual o motivo de denominar tal metodologia de “relatos de risco”? Afinal, o que é arriscado? O risco é consequência da irrevogável indeterminação dos coletivos sociotécnicos sob investigação. Sem recorrer às purificações de outros modelos metodológicos, o pesquisador que aplica a TAR não sabe de antemão quais são os elementos que formam o agregado em causa, que tipo de associações ocorrem e quais os rumos das mediações. Em suma, é arriscado porque as certezas dão lugar a controvérsias. Não existe um ponto único a partir do qual se deve começar o relato, cada nova associação pode formar híbridos inesperados e as mediações conduzem a cadeias de traduções que transformam os programas de ação.

Segundo Latour (2012), quem conduz a pesquisa deve estar permanentemente atento para fugir das definições apriorísticas presentes nos recorrentes “clichês” e passar a produzir relatos “múltiplos” e “complexos” repletos de “novas descrições”.

[...] um bom relato ANT é uma narrativa, uma descrição ou uma proposição na qual todos os atores fazem alguma coisa e não ficam apenas observando. Em vez de simplesmente transportar efeitos sem transformá-los, cada um dos pontos no texto pode se tornar uma encruzilhada, um evento ou uma origem de uma nova translação.  
(Latour, 2012, p. 189)

Os relatos de risco concebem todo objeto sociotécnico, tal como os apps agregadores, como uma “reunião” formada de várias camadas e o objetivo é descrever a multiplicidade inscrita neste coletivo. Se no primeiro momento a tarefa parece simples, tão logo se inicia o relato fica evidente que é preciso empreender bastante esforço para dar voz ao maior número possível de entidades. A análise dos coletivos se torna lenta porque são muitos os elementos em associação e a qualquer momento pode surgir uma nova controvérsia que desperta cadeias de tradução capazes de alistar mais entidades para a rede.

Mas “basta” descrever? Não é preciso explicar? Aqui está mais uma divergência fundamental entre a TAR e outras abordagens metodológicas: a suposta diferença entre “descrição” e “explicação”. Para a Teoria Ator-Rede, a explicação está presente na descrição porque o bom relato deve ser capaz de multiplicar os pontos de vista, demonstrar as traduções e observar a estabilização do coletivo em uma caixa-preta. Os relatos de risco feitos por Latour (1988, 1996), Callon (1986a) e Law (1986), estes dois últimos expostos no capítulo 4, demonstram como a descrição é autossuficiente: “Apenas descrições ruins precisam ser explicadas” (Latour, 2012, p. 213). No campo de estudos do

jornalismo, Holanda (2014a) e Hemmingway (2008) fornecem bons exemplos desta metodologia.

Em síntese, o emprego metodológico dos relatos de risco leva em consideração cinco condições básicas que estão intimamente correlacionadas:

- seguir de perto, com “olhos míopes”, os rastros deixados pelos actantes para enxergar as conexões (ou as agências) de qualquer ordem, tipo e modalidade;
- eliminar referências a escalas predeterminadas - nada está “acima” ou “abaixo” - com objetivo de superar as dicotomias micro/macro que interrompem as associações;
- conduzir a investigação com ritmo suficientemente lento para nunca “saltar” repentinamente até qualquer tipo de “estrutura” ou “contexto”;
- não impor limites ao coletivo, pois são as próprias entidades que estipulam o tamanho da rede, não o pesquisador;
- ater-se somente ao que é visível para extirpar as “forças ocultas” do relato, ou seja, toda nova associação deve ser demonstrada.

Os relatos de risco colocam as controvérsias no centro da análise e operam dois movimentos: “desdobramento” e “estabilização”. O primeiro abre a caixa-preta, enquanto o segundo tenta compreender seu fechamento temporário.

### **5.1.1 Primeiro movimento: desdobramento**

Foi referido anteriormente que as controvérsias agem como chaves metodológicas para abrir as caixas-pretas. Por isso, a primeira etapa no desenvolvimento de um relato de risco é localizar uma controvérsia significativa para começar a observar o movimento dos actantes, o alistamento de novas entidades e as intensas negociações que geram sucessivos deslocamentos. Venturini (2010) concebe a controvérsia como uma “incerteza partilhada” responsável por instaurar “fóruns híbridos” cuja principal missão é redistribuir o poder entre os elementos envolvidos.

É por isso que o estudo de inovações sociotécnicas ganha destaque na Teoria Ator-Rede. Em geral, os processos inovadores geram expectativas múltiplas e divergentes com formação de grupos e anti-grupos (Latour, 2012). Não há consenso e, na verdade, a única certeza é a instabilidade. É neste momento que as entidades e as associações ficam mais



visíveis. Contudo, para estimular ainda mais a visibilidade, o primeiro movimento do pesquisador deve ser justamente descrever o desdobramento da rede:

Desdobrar significa simplesmente que, no relato conclusivo da pesquisa, o número de atores precisa ser aumentado; o leque de agências que levam os atores a agir, expandido; a quantidade de objetos empenhados em estabilizar grupos e agências, multiplicados; e as controvérsias em torno de questões de interesse, mapeadas. (Latour, 2012, p. 201)

A referência ao “mapeamento” no trecho final da citação acima não é fortuita nem desprezível. Investigadores que aplicam a TAR têm desenvolvido, nos últimos anos, um extenso programa metodológico denominado “cartografia de controvérsias”<sup>149</sup> (Bruno, 2012; Lemos, 2013; Pereira & Boechat, 2014; Venturini, 2010, 2012; Venturini & Latour, 2009; Venturini, Ricci, Mauri, Kimbell, & Meunier, 2015). O principal objetivo é criar instrumentos digitais que sejam capazes de capturar as negociações e que, ao mesmo tempo, integrem interfaces gráficas capazes de representar a complexidade resultante. A cartografia de controvérsias é um dispositivo bastante amplo e, para o escopo desta tese, interessa destacar apenas dois de seus aspectos metodológicos diretamente relacionados ao desdobramento dos coletivos sociotécnicos: a captura de rastros digitais e a produção de mapas planos.

Rastros digitais são inscrições de ações efetuadas pelos mediadores no ciberespaço (Bruno, 2012). Aos olhos de quem conduz a investigação, eles se apresentam como “pegadas” online que deixam vestígios sobre as mediações e as transformações. Se desdobrar os coletivos implica localizar as controvérsias e seguir os actantes, a web deve ser apropriada como uma aliada decisiva na pesquisa, uma vez que se revela um verdadeiro arquivo dinâmico e expansivo de rastros.

Graças à mediação digital, “observar controvérsias a partir de todos os pontos de vista interessados” começa a ser mais do que um slogan intangível: é algo que se tornou realmente possível. Com razoável comprometimento e algumas habilidades computacionais, os estudantes (...) podem seguir controvérsias por meio da cobertura da mídia, da literatura científica, de índices legais, de dados econômicos e da blogosfera.<sup>150</sup> (Venturini, 2012, p. 7)

---

<sup>149</sup> A principal referência é o projeto europeu “*Mapping Controversies on Science for Politics*” (MACOSPOL - <http://www.medialab.sciences-po.fr/projets/macospol/>) que agrega oito instituições: Sciences Po, University of Munich, University of Oslo, University of Amsterdam, Ecole Polytechnique of Lausanne, University of Manchester, University of Liège, Osberva (Venturini, 2012). No Brasil, a cartografia das controvérsias é desenvolvida no campo da comunicação em alguns importantes centros de investigação: MediaLab.UFRJ (<http://medialabufrj.net/>), Labic/UFES (<http://www.labic.net/>) e Lab404/UFBA (<http://gpc.andrelemons.info/blog/>).

<sup>150</sup> Tradução nossa a partir do original: “Thanks to digital mediation, ‘observing controversies from all the concerned viewpoints’ becomes more than a wishful slogan: it becomes actually possible.

Obviamente, as plataformas que estimulam as negociações pela condensação de um grande número de pontos de vista, como *Facebook*, *Twitter*, *Wikipédia* e *YouTube*, devem ser incluídas no “banco de dados” construído por quem se lança a recolher rastros digitais (Lemos, 2013). Como destaca Venturini (2010), a cartografia de controvérsias é uma metodologia da “impureza” aberta a todos os tipos de “interferências” e “contaminações”. O único objetivo é seguir as mediações e nenhum instrumento é considerado *a priori* inválido ou inapropriado para alcançar o objetivo.

Porém, nem tudo está visível no primeiro nível de acesso e por vezes é necessário ultrapassar as interfaces primárias para encontrar os rastros. É o que ocorre na *Wikipédia*, onde todas as alterações e negociações sobre cada um dos milhões de verbetes digitais estão disponíveis no sistema de gestão (*back-end*) da plataforma. Neste caso, não há barreiras adicionais e, para chegar ao conteúdo, basta clicar sobre a aba “Ver histórico” (Borra et al, 2015). Do ponto de vista metodológico, a web é uma autêntica mina de rastros bastante úteis para desdobrar os coletivos: “A mediação digital se espalha como um rolo gigante de papel carbono, oferecendo ao cientista social mais dados do que ele jamais sonhou”<sup>151</sup> (Latour & Venturini, 2009, p. 6).

Outra vantagem do ambiente digital é a produção de mapas planos. Para Latour (2012), os pesquisadores de redes sociotécnicas devem agir como “niveladores” da teoria social para substituir representações em três dimensões por versões bidimensionais. Mapas tridimensionais são aqueles que destacam os diferentes níveis (macro e micro, agência e estrutura) para advogar instâncias distintas de observação e análise. Basta lembrar do híbrido “ministro-catalizador” descrito no capítulo 4 para constatar que manter a representação plana é a única forma de reagregar o social. O mapa em duas dimensões destaca as conexões, não a suposta “hierarquia” das entidades. O princípio da simetria generalizada simplesmente não funciona quando os elementos estão em “níveis” distintos.

Em contraste com uma visão estruturalista da sociedade, a navegação por hiperlinks auxilia a produzir mapas planos. É possível passar de um perfil para um grupo, de um relatório para uma entrevista, de um manual técnico sobre um smartphone para um vídeo amador sobre este mesmo aparelho. Sempre se está diante do todo e da parte, sendo ambos igualmente complexos. Cada link conduz a uma espécie de “integralidade interconectada”, portanto, o investigador se desloca entre diferentes “pontos de vista” sobre fenômenos sociotécnicos, não entre “níveis” micro e macro (Latour et al, 2015). “O que as redes digitais favorecem é precisamente esta rastreabilidade, de modo que se

---

With a reasonable commitment and some computer skills, the students (...) can follow controversies through media coverage, scientific literatures, legal indices, economical data and the blogosphere.”

<sup>151</sup> Tradução nossa a partir do original: “Digital mediation spreads out like a giant roll of carbon paper, offering the social sciences more data than they ever dreamt of.”

pode, ao mesmo tempo, seguir uma série de ações e associações locais e ver como cada uma delas participa da construção de coletivos” (Bruno, 2012, p. 698).

Como toda metodologia, a cartografia de controvérsias tem suas limitações. Mecanismos de busca não são a web, a web não é a internet, a internet não é o digital e o digital não é o mundo (Venturini, 2012). Além disso, os níveis de literacia (ou alfabetização) digital são profundamente desiguais (Venturini & Latour, 2009). Por exemplo, homens, jovens e pessoas maior nível educacional continuam a ser grupos mais ativos no ambiente digital quando comparados com outros segmentos societários. Por consequência, os rastros deixados por alguns subgrupos são mais abundantes, fato que pode produzir reflexos significativos sobre o relato de risco.

Também cabe destacar que mapas não são representações neutras e a cartografia sempre foi uma ferramenta política (Venturini et al, 2015). Sem haver um único ponto de entrada nem limites para acompanhar as associações, cada pesquisador produz um mapa diferente. Isso não é visto como um problema para a Teoria Ator-Rede, mas sim, uma condição de existência da investigação: “Nenhum mapa individual mantém unida a complexidade do debate social e o torna inteligível, mas muitos mapas reunidos em um atlas podem obter sucesso”<sup>152</sup> (Venturini et al, 2015, p. 77).

Assim, a imparcialidade não é um atributo inato do investigador, mas o resultado da multiplicação dos pontos de vista: “A objetividade somente pode ser perseguida pela multiplicação dos pontos de observação. Quanto mais numerosas e parciais são as perspectivas a partir das quais um fenômeno é considerado, mais objetivo e imparcial será a sua observação”<sup>153</sup> (Venturini, 2010). O melhor atlas será aquele que conseguir reunir o maior número de mapas.

Assim que as deficiências são levadas em consideração e que imparcialidade dá lugar à objetividade, torna-se possível utilizar satisfatoriamente os rastros digitais para produzir mapas planos com o objetivo de desdobrar as redes sociotécnicas. Em síntese, o percurso começa na definição de uma controvérsia para, em seguida, observar a proliferação de mediadores que levam às cadeias de traduções e a novas controvérsias. A controvérsia é o que garante o caráter performativo da rede, sem ela só há caixas-pretas: “Se uma dançarina para de dançar, adeus à dança. A força de inércia não levará o espetáculo adiante” (Latour, 2012, p. 63).

---

<sup>152</sup> Tradução nossa a partir do original: “No single map can keep together the complexity of social debate and make it legible, but many maps gathered in an atlas might succeed.”

<sup>153</sup> Tradução nossa a partir do original: “Objectivity can be pursued only by multiplying the points of observation. The more numerous and partial are the perspectives from which a phenomenon is considered, the more objective and impartial will be its observation.”

### 5.1.2 Segundo movimento: estabilização

Venturini (2010) recorre a uma sugestiva figura de linguagem para ilustrar a relação entre desdobramento e estabilização. Segundo ele, explorar controvérsias é como “mergulhar no magma”. Devido às condições extremas de temperatura e pressão, o magma que emerge até a superfície terrestre é inicialmente formado por um conjunto de substâncias em estado líquido. Contudo, com o gradual arrefecimento, parte do material começa a se solidificar e a acoplar a outros elementos que estão pelo caminho. Neste momento, surgem novas composições razoavelmente estáveis. “A mesma oscilação entre diferentes estados de solidez pode ser observada nas controvérsias. Através desta dinâmica, o social é incessantemente construído, desconstruído e reconstruído”<sup>154</sup> (Venturini, 2010, p. 264).

A metáfora do magma ajuda a esclarecer a dupla jornada que configura o percurso dos relatos de riscos. O movimento e a desordem precedem a estabilidade. Portanto, o primeiro passo é seguir as entidades através de seus rastros, mantendo todas os mediadores em um único patamar a fim de destacar o maior número possível de conexões. Aqui está tudo “quente”, caótico e movediço. O passo seguinte é observar as sucessivas articulações entre as entidades em busca da estabilidade. Agora, o resfriamento atua como um “silenciador” de entidades. À medida que controvérsias começam a perder força (a “esfriar”), os muitos mediadores que até então demandavam total atenção, começam a dar lugar a alguns poucos intermediários. Neste instante surgem os “semipadrões” (Latour, 2012).

Por que usar o prefixo *semi* ao invés de ir direto ao “padrão”? Em primeiro lugar, devido ao emprego histórico do conceito de padrão na teoria social que, por vezes, sustenta uma fixação normativa que beira o totalitarismo. No início do capítulo 4 foi referido que a epistemologia científica de Thomas Kuhn, apesar dos reconhecidos méritos, é orientada por uma padronização: a “ciência normal”. Compreendido desta forma, o padrão conduz a estruturas que dominam e subjagam justamente porque conseguem ser transportadas de um lugar para outro sem sofrer alterações significativas. O “paradigma” nada mais é do que uma estrutura dominante.

A Teoria Ator-Rede insiste que toda estabilidade é temporária e está sujeita a reconfigurações tão logo novos mediadores entrem em cena, daí a importância do prefixo: “A circulação de semipadrões permite que atos anônimos e isolados se tornem lentamente, camada após camada, comparáveis e comensuráveis” (Latour, 2012, p. 329). Os semipadrões não são replicadores de rótulos de “solidez” ou de “imobilidade”, como usualmente fazem os padrões. Pelo contrário, são configurações múltiplas que servem de

---

<sup>154</sup> Tradução nossa a partir do original: “The same fluctuation between different states of solidity can be observed in controversies. Through this dynamic the social is unremittingly constructed, deconstructed and reconstructed.”

parâmetros a partir dos quais diferentes coletivos atuam sobre bases comuns, sem que isso implique o congelamento de estruturas. Os semipadrões agem muito mais como elementos de coordenação do que de submissão (Latour, 2012) e, por isso, parecem se aproximar da noção de “objetos de fronteira” destacados por Star e Griesemer (1989).

Venturini (2010) sustenta que a resolução temporária de controvérsias conduz aos “cosmos” ou às “ideologias” que lutam constantemente pela estabilização. No lugar de uma universalidade irrefutável, a estabilização deve se orientar pela “circulação de cosmos”. Esta abordagem foi destacada na seção 1.1 da presente tese, que debateu a “ubiquidade como ideologia” que emerge de controvérsias acerca das tecnologias da comunicação. Agora, depois de percorrer os conceitos da TAR, fica claro por que a ubiquidade deve ser compreendida como “uma das” ideologias que orientam os processos sociotécnicos contemporâneos, e não “a única” ideologia.

Venturini (2010) argumenta que as “ideologias não são destinadas a ser descrições do mundo como ele é, mas são visões do mundo como ele deveria ser”<sup>155</sup> (p. 267). Da mesma forma, os semipadrões são operadores de desejos, mais do que promotores de verdades absolutas. São parâmetros provisórios constantemente postos à prova, mas que permitem aos coletivos mensurar, qualificar e compartilhar. A principal virtude do termo é conceber o fechamento das caixas-pretas como uma ação temporária. A qualquer momento elas podem ser reabertas para transformar os intermediários “adormecidos” em mediadores associados em torno de controvérsias.

Antes de passar para a terceira etapa, é preciso fazer duas importantes considerações sobre os relatos de risco. A primeira é a indeterminação do resultado. Não importa se as controvérsias sobre uma inovação tecnológica conduzem ao sucesso ou ao fracasso. No caso específico do objeto de estudo desta tese, a estabilização pode significar a popularização ou a extinção de diferentes agregadores de informação jornalística para dispositivos móveis. Qualquer que seja o desfecho, o investigador deve ser capaz de descrever um processo dinâmico de desdobramento de coletivos e sua posterior estabilização. Como advoga Latour (2012), o texto acadêmico “frio e desinteressado” deve dar lugar ao relato que se debruça sobre o risco para descrever “um assunto de interesse palpitante, atraente e controverso” (p. 184).

A segunda consideração versa sobre a dimensão da controvérsia. Venturini (2010) destaca que o mapeamento de controvérsias muito amplas, como o “aquecimento global”, costuma ser bastante difícil e árduo. “Controvérsias sem fronteiras” exigem grandes equipes de investigação e muito tempo dedicado à recolha de rastros e à confecção dos relatos.

---

<sup>155</sup> Tradução nossa a partir do original: “Ideologies are not meant to be descriptions of the world as it is, but visions of the world as it should be.”

“Controvérsias são complexas e, caso sejam vigorosas e abertas, tendem a se tornar mais e mais complexas assim que mobilizam novos atores e questões. Quando selecionar seu estudo de caso, seja realista e esteja consciente sobre os recursos necessários”<sup>156</sup> (Venturini, 2010, p. 264). Esta tese teve em particular atenção este alerta metodológico. Uma vez que cada aplicativo selecionado desperta uma série de controvérsias e, desta forma, é alvo de um relato de risco. Espera-se que, ao final, seja possível construir um atlas suficientemente rico para tratar dos aplicativos agregadores.

## 5.2 Taxonomia

Enquanto os relatos de risco descrevem os coletivos sociotécnicos e identificam os semipadrões, a taxonomia<sup>157</sup> se apoia justamente nos resultados obtidos na etapa anterior para promover a classificação dos aplicativos agregadores. Trata-se do eixo metodológico que comporta a terceira e última etapa da investigação: a composição. Classificar é ordenar por método comparativo usando parâmetros que tornam possível agrupar e dividir diversos elementos quando analisados em conjunto.

A taxonomia é um método bastante presente em áreas científicas que precisam lidar com grandes conjuntos interconectados, como a biologia. Uma das classificações mais conhecidas para ordenar seres vivos segue um encadeamento que vai do mais genérico ao mais específico: reino, filo, classe, ordem, família, gênero, espécie. Contudo, este é apenas um dos níveis taxonômicos: cada um destes grandes conjuntos pode ser alvo de uma nova classificação para conformar, por exemplo, subgêneros ou subespécies. Qualquer que seja o nível, é preciso definir os parâmetros segundo os quais os elementos são afastados ou reunidos. Os semipadrões provenientes da estabilização são operadores analíticos que atuam como parâmetros de classificação. A partir deles é possível verificar as diferenças e as semelhanças entre os aplicativos analisados.

Conforme debatido na seção 1.2, a literatura acadêmica tem destacado a heterogeneidade e a fragmentação dos conteúdos nos aplicativos para dispositivos móveis (Feijoó, Maghiros, Abadie & Gomez-Barroso, 2009; Scolari, Aguado & Feijoó, 2012) e já é possível encontrar trabalhos que apresentam taxonomias exclusivas para apps jornalísticos. Barbosa, Silva, Nogueira e Almeida (2013) propõem a classificação de aplicativos “autóctones” para diferenciar produtos “criados exclusivamente para tablet ou smartphone com características expressas em *affordances* específicas dos dispositivos móveis de forma que representem um estágio adiantado/distinto das versões PDF ou remediadas do impresso”

---

<sup>156</sup> Tradução nossa a partir do original: “Controversies are complex and, if they are lively and open, they tend to become more and more complex as they mobilize new actors and issues. When selecting your study case, be realistic and resource-aware.”

<sup>157</sup> A literatura científica também consagra o uso das variantes ortográficas “taxinomia” e “taxionomia”.

(p. 14). Em outro nível de classificação, Canavilhas e Satuf (2013) dividem os aplicativos vespertinos para tablets (já claramente agrupados em uma subcategoria) em quatro grupos: “suporte”, “agência”, “complemento” e “nativo”.

Existem outros bons exemplos, mas o importante é destacar que existem muitas possibilidades de classificação a depender, basicamente, do escopo do material submetido à taxonomia. Fica evidente que esta tese, ao focar em um subconjunto de aplicativos - os “agregadores de informação jornalística” - já promove um recorte empírico fundamental. A este respeito, o capítulo 2, apesar de integrar o corpo teórico, ajuda a reforçar este primeiro nível taxonômico. O que esta etapa metodológica propõe é a criação de uma taxonomia exclusivamente desenvolvida para analisar esta modalidade de app à luz da Teoria Ator-Rede.

### **5.2.1 Terceiro movimento: composição**

O estudo comparativo por meio dos semipadrões é responsável por revelar os pontos de convergência e divergência entre os aplicativos agregadores que integram o corpus de análise. Este último movimento recebe o nome de “composição” precisamente porque o resultado final é uma representação conjunta na qual a disposição de cada elemento é definida por meio da correlação direta com os demais objetos que compõem a investigação.

As diversas entidades heterogêneas que estavam em plena atividade e bastante nítidas durante o desdobramento, estão agora completamente invisíveis. Na composição, os mediadores foram para o segundo plano e não estão mais acessíveis ao escrutínio do investigador. A partir deste instante é possível visualizar somente as caixas-pretas: entidades enfim transformadas em unidades incontestáveis. Cada aplicativo passa a ser visto como um “software” com “identidade” própria. São estas caixas-pretas que podem ser organizadas numa classificação coerente.

Para evitar equívocos sobre a composição, é necessário fazer dois alertas a respeito da taxonomia. O primeiro está relacionado aos parâmetros. A Teoria Ator-Rede sustenta que estes não devem ser definidos pelo investigador, muito pelo contrário, as categorias taxonômicas derivam dos semipadrões identificados nos relatos de risco. “A tarefa de definir e ordenar o social deve ser deixada aos próprios atores, não ao analista” (Latour, 2012, p. 44). Portanto, são as entidades desdobradas e estabilizadas que conformam os parâmetros a partir da resolução momentânea das controvérsias.

O segundo alerta está relacionado com a percepção inadequada da terminologia empregada nesta última etapa metodológica. Composição não é uma “estrutura fixa”, mas sim, uma “organização temporária” decorrente da classificação das entidades segundo

parâmetros definidos após a estabilização dos coletivos em caixas-pretas. Latour (2012) recorre à metáfora de mercadorias expostas em um supermercado para explicar a dinâmica da composição:

[...] chamaremos de “social” não uma gôndola ou ala específica, mas as várias modificações feitas no lugar para exibir os produtos - embalá-los, etiquetá-los, colocar-lhes preço - porque essas pequenas alterações revelam ao observador quais combinações novas foram exploradas e que caminhos serão seguidos. (Latour, 2012, p.99)

As taxonomias que organizam agrupamentos dinâmicos, como os aplicativos agregadores, tendem a se mostrar instáveis e, por isso, devem ser utilizadas com cautela. Novos produtos com outras “embalagens”, “etiquetas” e “preços” chegam às prateleiras a todo momento e podem estimular a reorganização de todo o conjunto. Como demonstrado no capítulo 1, a configuração sociotécnica do ecossistema móvel (figuras 1 e 2) incentiva a acelerada proliferação de aplicativos.

Além disso, apps que já pareciam muito bem organizadas podem ganhar novas versões. Como destaca Satuf (2015a), o jornalismo móvel deve assumir a condição “beta” de seus objetos de estudo: “No jargão da informática, a ‘versão beta’ corresponde ao produto em desenvolvimento, é algo que já pode ser manipulado, mas não está acabado” (p. 458). Tal constatação tem impacto decisivo no percurso metodológico, pois as constantes atualizações podem reabrir a caixa-preta. Segundo Lemos (2013), “um intermediário certamente foi um actante e provavelmente será de novo no futuro ao romper a sua estabilidade” (p. 47).

Neste caso, restaria apenas uma alternativa: fazer um novo relato de risco para observar o desdobramento e a estabilização desta nova entidade. Como a metodologia é integrada, a reabertura da caixa-preta tem influência sobre a composição. Em outras palavras, se o fechamento e a estabilização implicam a formação de semipadrões distintos dos anteriores, o aplicativo vai passar a ocupar outra posição quando reclassificado.

Assim, a composição é uma etapa metodológica importante, mas não deve ser encarada como o ponto final. Ela nada mais é do que uma fotografia instantânea que não possui qualquer garantia de permanência. A próxima fotografia provavelmente revelará outra composição. Sua utilidade reside na possibilidade de promover uma organização básica a serviço de futuras investigações.



### 5.3 Corpus de análise

Toda investigação empírica demanda esforço para adequar o material ao problema de pesquisa e às restrições espaço-temporais (o tempo planejado para desenvolver a investigação, o número de páginas para apresentar o trabalho, etc). Contudo, conforme debatido no capítulo 1, a “*app economy*” parece impor desafios ainda maiores. Existem literalmente milhões de aplicativos disponíveis e certamente algumas centenas deles poderiam ser considerados adequados à presente investigação.

Portanto, o primeiro desafio é aplicar filtros que permitam justificar a escolha de um subconjunto muitíssimo reduzido quando comparado ao universo disponível. Dois filtros básicos ajudaram a promover um primeiro recorte, um deles relacionado às características inovadoras e o outro direcionado ao trabalho prático de coleta de dados.

O capítulo 3 demonstrou que um dos elementos propulsores do jornalismo pós-industrial é a “expansão de empreendimentos com elevado potencial de inovação, geralmente na forma de startups (muitas com operações 100% digitais)”. No intuito de manter a coerência entre teoria e metodologia, o corpus de análise inclui apenas aplicativos agregadores de informação jornalística produzidos originalmente por empresas que atendem à classificação de “startup”. De acordo com Carlson e Usher (2015), são nestas pequenas corporações com vocação tecnológica que atuam os empreendedores mais dispostos a assumir riscos significativos na tentativa de apresentar soluções inovadoras.

Isso não significa que grandes empresas não possuem capacidade de inovar. Na verdade, Küng (2015) demonstra que conglomerados do setor de mídia também trabalham arduamente para apresentar novidades. Contudo, o pressuposto inovador faz de startups o tipo de empreendimento mais condizente para expandir o conhecimento sobre o jornalismo pós-industrial. Assim, este primeiro recorte empírico exclui automaticamente os aplicativos produzidos por grandes empresas, mesmo que possam ser classificados como “agregadores”<sup>158</sup>.

Este primeiro filtro reduz bastante o universo inicial, mas o material disponível permanece muito grande. O segundo recorte é mais atento à metodologia e está diretamente relacionado ao desenvolvimento desta tese. O percurso do doutoramento começou em 2012, o que possibilitou o acompanhamento sistemático de um grupo relevante de aplicativos agregadores de informação jornalística. Desde o momento inicial, foi coletado um grande volume de material multimídia sobre apps que obtiveram repercussão junto a usuários e especialistas. Pode-se dizer que o segundo filtro é imposto pelos “rastros

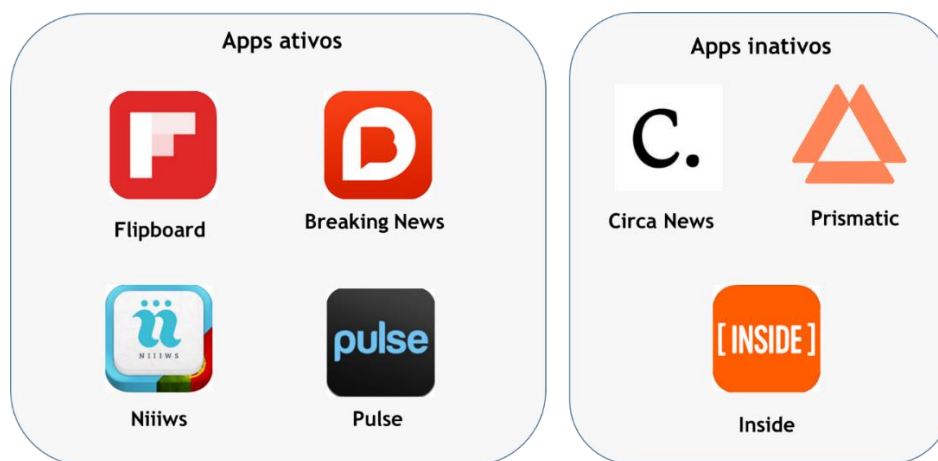
---

<sup>158</sup> Alguns aplicativos analisados nos capítulos 6 e 7 foram posteriormente comprados por grandes empresas, porém, este fato não anula a inovação responsável justamente por despertar o interesse comercial dos tradicionais conglomerados.

digitais” coletados durante o percurso da investigação. Sem rastros não há como verificar a ação dos mediadores e nenhuma rede sociotécnica pode ser desdobrada. Ciente do perigo, Venturini (2010) orienta o investigador a evitar “controvérsias subterrâneas”: “Para uma controvérsia ser observável, ela precisa ser, ao menos parcialmente, aberta a debates públicos”<sup>159</sup>.

Este filtro é mais eficiente justamente porque a maior parte dos aplicativos não atende a este pré-requisito. Basta lembrar do crescente número de “apps zumbis” que não conseguem atrair a atenção do público e, portanto, não chegam a gerar controvérsias nem rastros (ver capítulo 1). Os sete apps selecionados para integrar os relatos de risco desenvolvidos no capítulo 6 foram aqueles que apresentaram maior volume de material recolhido durante os cerca de três anos e meio da observação empírica (setembro de 2012 a dezembro 2015). Compõem este primeiro corpus de análise os seguintes aplicativos agregadores: *Flipboard*, *Circa News*, *Inside*, *Prismatic*, *Pulse*, *Niiws*, *Breaking News*.

Uma vantagem da observação de longo prazo foi a possibilidade de acompanhar desdobramentos com resultados bastante diferentes. Dos sete apps selecionados, quatro se mantinham ativos até o momento que a redação desta tese foi concluída e outros três já tinham sido descontinuados (figura 7). Sucesso e fracasso fazem parte de processos inovadores e, quando descritos em conjunto, ajudam a enriquecer a compreensão dos fenômenos sociotécnicos.



**Figura 7:** Corpus de análise dos relatos de risco

Fonte: Elaborado pelo autor

Os rastros deixados pelos mediadores envolvidos nas controvérsias sobre estes aplicativos foram coletados em diversas plataformas digitais. Dentre o material existem vídeos

---

<sup>159</sup> Tradução nossa a partir do original: “For a controversy to be observable, it has to be, partially at least, open to public debates.”

coletados no *YouTube* e no *Vimeo*<sup>160</sup>, textos de sites especializados em tecnologia como *Techcrunch*<sup>161</sup> e *The Verge*<sup>162</sup>, debates em fóruns de discussão como o *Quora*<sup>163</sup>, e *templates* recuperadas em mecanismos de armazenamento de interfaces como o *WebArchive*<sup>164</sup>. Em conjunto, todas estas plataformas ajudaram a estruturar um rico “banco de dados sobre declarações dispersas” (Lemos, 2013, p. 115) a partir das quais é possível acompanhar o desdobramento e a estabilização para produzir relatos de risco.

Este corpus é expandido substancialmente no capítulo 7 para atender ao objetivo da taxonomia. Os sete aplicativos presentes nos relatos de risco (figura7) ganham a companhia de mais 21 agregadores: *Algo*, *Anews*, *Apple News*, *BriefMe*, *Feedly*, *Fourth Estate*, *Haku*, *Inshorts*, *Mosaiscope*, *News Free*, *News Republic*, *News360*, *Newscred*, *Newsdaily*, *Newsfire*, *Newsify*, *Newsy*, *Nuzzel*, *Paper*, *SmartNews*, *TheJournal.ie News*. Este conjunto também foi reunido durante o desenvolvimento da pesquisa e alguns deles integram uma análise preliminar da pesquisa com resultados já publicados (Canavilhas & Satuf, 2016). A amostra ampliada foi definida pela heterogeneidade, visto que a composição se alimenta justamente da diversidade de “caixas-pretas” para estabelecer relações significativas. Por isso, além de produtos lançados por startups, foram incorporados à taxonomia aplicativos desenvolvidos por grandes corporações do setor de tecnologia, como *Facebook* e *Apple*.

O tratamento do corpus de análise possui três limitações que devem ser destacadas. As duas primeiras estão relacionadas aos instrumentos de observação disponíveis ao investigador. A observação dos aplicativos foi feita a partir de dois dispositivos móveis: um smartphone modelo *iPhone 5C* e um tablet modelo *iPad mini (1ª geração)*. Isso significa que toda a pesquisa foi orientada a apps desenvolvidas no sistema operacional *iOS*. Apesar das nítidas semelhanças quando comparados com outras plataformas móveis, como o *Android* e *Windows Phone*, os resultados da investigação não podem ser generalizados. Isso ocorre porque os aplicativos atendem a requisitos impostos pelo desenvolvedor do sistema operacional, portanto, podem apresentar diferenças significativas. Basta dar um exemplo para não deixar margem a dúvidas a este respeito: o *Flipboard* para *iOS* não é idêntico ao *Flipboard* para *Android*. É verdade que alguns apps conseguem manter a mesma estrutura, independentemente da plataforma, mas a maioria sofre adaptações decisivas para se adequar aos diferentes ecossistemas.

Além disso, o hardware usado na observação (*iPhone 5C* e *iPad mini*) pode influenciar a funcionalidade do app ainda que se trata do mesmo fabricante. Algumas operacionalidades

---

<sup>160</sup> <https://vimeo.com/>

<sup>161</sup> <http://techcrunch.com/>

<sup>162</sup> <http://www.theverge.com/>

<sup>163</sup> <https://www.quora.com/>

<sup>164</sup> <http://archive.org/web/>

podem apresentar desempenho superior em modelos mais recentes e/ou com telas maiores, como o *iPhone 6* e o *iPad Air*. As possíveis diferenças estão relacionadas, sobretudo, aos *affordances* dos dispositivos móveis (Palacios, Barbosa, Silva, & Cunha, 2015). Por exemplo: todos os modelos lançados posteriormente ao *iPhone 5C* possuem tecnologia *Touch ID* para reconhecimento de impressão digital. Portanto, se algum app fizer uso inovador desse *affordance*, não será possível observar tal característica devido à restrição instrumental. Contudo, a observação sistemática revelou que esta é uma limitação menos sensível do que a referida acima. É esperado que os aplicativos apresentem desempenho bastante semelhante caso o dispositivo móvel esteja equipado com a versão mais recente do sistema operacional.

A terceira limitação diz respeito à atualização contínua dos app ou, em outras palavras, à condição “beta” mencionada na subseção 5.2.1. As implicações metodológicas podem ser consideradas irrelevantes quando analisadas duas ou três atualizações sucessivas, mas tendem a se mostrar significativas quando são comparadas versões atuais com as mais antigas. Via de regra, excluindo detalhes históricos presentes nos relatos de risco, a pesquisa empírica foi realizada com base na última versão disponível até a conclusão desta tese, conforme listagem apresentada no “Anexo 1”. Em suma, todas as restrições metodológicas estão relacionadas a “*gaps*” tecnológicos e são inerentes a pesquisas que abordam inovações sociotécnicas.

# Capítulo 6 - Relatos de risco

## Introdução

“Definirei um bom relato como aquele que tece uma rede” (Latour, 2012, p. 189). Esta afirmação descreve de forma clara e direta o objetivo deste capítulo. Os sete relatos de risco que o integram seguem as diretrizes teóricas e metodológicas da Teoria Ator-Rede para explorar as transformações da informação jornalística nos aplicativos agregadores. Todos os textos estão focados nas traduções promovidas pelos múltiplos mediadores que compõem os coletivos sociotécnicos.

Cada seção corresponde ao desdobramento e estabilização de um app e foi concebida como um verdadeiro “mergulho no magma” em ebulição das controvérsias (Venturini, 2010). Os relatos são apresentados separadamente, mas isso não significa que são independentes. As mediações e as traduções revelam semelhanças e oposições, portanto, os aplicativos possuem pontos de convergência e divergência que são explicitados sempre que se tornam visíveis. Os dois primeiros relatos de risco - *Flipboard* e *Circa News* - são mais extensos que os demais porque há mais cadeias de controvérsias para desdobrar. Por se tratarem de relatos complexos e com resultados opostos - um de sucesso e outro de fracasso - estes aplicativos se tornam exemplares e servem de referência para os demais.

Tal como referido anteriormente no capítulo 4, o método impuro da TAR é um exercício contra o preconceito e a favor dos rastros deixados pelos atores durante as mediações. O mapa é mantido “plano” e nenhuma associação deve ser arbitrariamente interrompida em nome de regras e definições preestabelecidas pelo investigador. Para evitar os atalhos próprios dos essencialismos purificadores e ao mesmo tempo incentivar o risco a todo custo, os relatos buscam se inspirar na recomendação de Latour e Woolgar (1997): é preciso “penetrar às apalpadelas na selva dos fatos, sem possuir mapa ou bússola” (p. 34).

### 6.1 Flipboard: A tradução do tablet em revista social

Em janeiro de 2010, a Apple apresentava um novo modelo de dispositivo móvel: o *iPad*. Sozinho no palco, Steve Jobs<sup>165</sup> mantinha elevada a expectativa da plateia: “Todos nós usamos laptops e smartphones agora, e uma questão surgiu recentemente: há espaço para

---

<sup>165</sup> [https://www.youtube.com/watch?v=\\_KN-5zmvjAo](https://www.youtube.com/watch?v=_KN-5zmvjAo)

uma terceira categoria de dispositivo situada no meio? Alguma coisa que está entre um laptop e um smartphone?”<sup>166</sup>. A controvérsia estava lançada e as entidades começavam a se desdobrar em redes de mediações. Durante a demonstração, Jobs ficou boa parte do tempo assentado em uma confortável poltrona para mostrar como aquele aparelho, chamado de “tablet”, era capaz de se “transformar” em muitas coisas. O hardware era bastante ergonômico na palma das mãos e podia ser empunhado tal como um livro. A tela de 9.7 polegadas emulava uma página de tamanho real e o movimento dos dedos sobre a superfície sensível ao toque permitia simular o ato de “folhear” a publicação. A “dimensão metafórica dos aplicativos” - debatida no capítulo 1 - traduzia o tablet em um suporte comunicacional bastante conhecido do público, o livro, e convocava velhos hábitos de consumo midiático.

A controvérsia inicial instituída pela *Apple* despertava o interesse de muitos actantes. Uma destas entidades era uma desconhecida startup com sede na Califórnia que começava a desenvolver um aplicativo agregador de informação jornalística para o novo dispositivo móvel. Contudo, o objetivo deste actante era *sui generis*: traduzir o *iPad* em uma “revista social” (figura 8).



**Figura 8:** Home Page do Flipboard na web em novembro de 2010

Fonte: Reprodução web<sup>167</sup>

Surge uma primeira controvérsia: “O tablet é capaz de se transformar em um revista digital?”. A questão é responsável por associar diversas entidades heterogêneas. A tela tátil, por exemplo, é um actante decisivo ao criar uma relação sinestésica que distingue uma “revista na web” de uma “revista no tablet”. O *mouse* é um dispositivo periférico essencial na interação usuário-computador, assim como o *touchpad* dos laptops. Do ponto

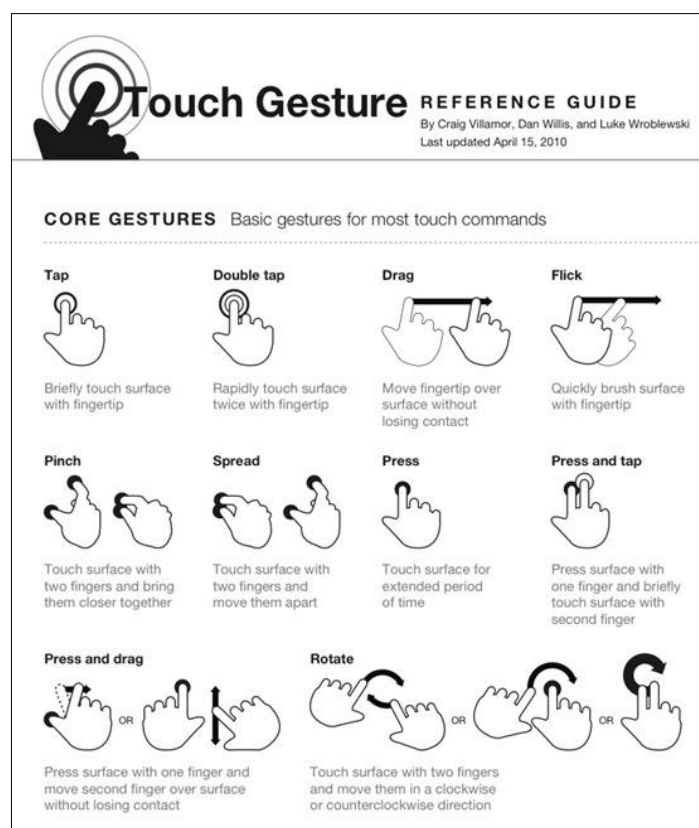
---

<sup>166</sup> Tradução nossa a partir do original: “All of us use laptops and smartphones now and a question has arisen lately. Is there room for a third category of device in the middle? Something that is between a laptop and a smartphone?”

<sup>167</sup> <https://web.archive.org/web/20101110012008/http://www.flipboard.com/>

de vista da usabilidade, ambos sugerem mecanismos interativos semelhantes: o movimento manual realizado sobre uma superfície horizontal movimenta o cursor localizado numa tela vertical. A interação ocorre em dois planos distintos, algo bastante contraintuitivo de ponto de vista sensorial e muito distante do hábito de leitura de uma revista.

No tablet, a mediação provocada pelo encontro entre a ponta dos dedos e a superfície sensível ao toque instaura uma tradução evidenciada pelo surgimento de uma verdadeira gramática háptica no dispositivo móvel (figura 9). Sem esta tradução, seria difícil ou até mesmo impossível conceber a revista digital no *iPad* como uma inovação. A simulação do ato de manusear uma revista de papel depende deste actante (a tela táctil) e o *Flipboard* foi bastante eficiente ao alistá-lo, basta verificar que o próprio nome do app deriva desta tradução: *to flip* em inglês é “virar” uma página, por exemplo.



**Figura 9:** Exemplos de gestos para interagir com telas tácteis

Fonte: Craig Villamor, Dan Willis, & Luke Wroblewski<sup>168</sup>

Como toda startup, o *Flipboard* precisava atrair capital para desenvolver o app e, para isso, contava com aliados decisivos: pesquisas de comportamento e usabilidade. Entre 2010 e 2012, período inicial da expansão dos tablets, muitos dados estatísticos ajudavam a corroborar a ideia disseminada pela *Apple* de que o *iPad* era um “terceiro” dispositivo móvel que não deveria ser confundido com o smartphone ou o laptop. Institutos de

168 <http://static.lukew.com/TouchGestureGuide.pdf>

pesquisa demonstravam que a utilização do tablet começava a aumentar no final da tarde e alcançava um pico por volta das 20 horas, quando ultrapassava tanto os telefones móveis quanto os computadores pessoais<sup>169</sup>.

Estes dados se associavam a outros números apresentados por pesquisas que demonstravam o interesse dos usuários em consumir textos mais longos e com maior nível de profundidade nestes novos dispositivos<sup>170</sup>. Juntos, estes actantes deslocam o tablet para um outro patamar quando comparado com seus congêneres móveis. A tradução do tablet em revista está bem descrita no relatório do *Pew Research Center* (2012):

Uma das maiores interrogações sobre a tecnologia móvel - especialmente os tablets - é em que medida ela poderá estabelecer ou restabelecer uma relação profunda dos usuários com conteúdos noticiosos. Pesquisas anteriores descobriram que em desktops e laptops as pessoas leem ou assistem a vídeos rapidamente, até mesmo de relance. Caso o prazer e a conveniência de ler num dispositivo móvel que as pessoas podem segurar nas mãos e se recostar fizerem com que elas gastem mais tempo, isso poderá influenciar a disposição para pagar por aquele conteúdo<sup>171</sup> (Mitchell, Rosenstiel, Santhanam, & Christian, 2012).

Os levantamentos estatísticos indicavam que os conteúdos no *iPad* tendiam a ser consumidos sem a pressa habitual de outros dispositivos tecnológicos e, muitas vezes, no conforto do lar, após a jornada de trabalho. Enquanto a tela sensível ao toque é um actante não-humano, as pesquisas de comportamento e consumo são entidades indubitavelmente híbridas, formadas pela atividade de milhares de usuários, de institutos de pesquisa e de softwares para coleta e tratamento de dados. Este híbrido foi um mediador fundamental para o *Flipboard* obter um investimento de US\$ 50 milhões em abril de 2011<sup>172</sup>.

Contudo, a controvérsia não estava resolvida. Enquanto a pequena startup prosperava, outras entidades se associavam ao mesmo fenômeno sociotécnico para promover mediações inesperadas. Entre estas entidades estava o magnata da mídia Rupert Murdoch e sua gigantesca rede de veículos de comunicação coordenada pela *News Corporation*. Vislumbrando o potencial dos tablets, o poderoso conglomerado se mobilizou para lançar o *The Daily*, alardeado como o “primeiro aplicativo de notícia” totalmente desenvolvido

---

<sup>169</sup> [http://pt.slideshare.net/o2de/study-connected-europe-comscore-telefonica-germany-dld-conference-2012/8-TABLETS\\_USAGE\\_SPIKES\\_AT\\_NIGHT](http://pt.slideshare.net/o2de/study-connected-europe-comscore-telefonica-germany-dld-conference-2012/8-TABLETS_USAGE_SPIKES_AT_NIGHT)

<sup>170</sup> <http://www.journalism.org/2012/10/01/mobile-activity-news-ranks-high/>

<sup>171</sup> Tradução nossa a partir do original: “One of the biggest questions about mobile technology—especially tablets—is whether it would establish or re-establish a deeper relationship for consumers with news content. Past research has found that on desktop and laptop computers, people read or watched quickly, even fleetingly. If the pleasure and convenience of reading on a mobile device that people can hold in their hands and lean back with leads them to stay longer, that might influence people’s willingness to pay for that content.”

<sup>172</sup> <http://www.businessinsider.com/flipboard-funding-2011-4>



para o *iPad* (figura10). O objetivo era semelhante ao do *Flipboard*: criar uma revista digital exclusiva para o novo *medium* aproveitando os recursos tecnológicos disponíveis no aparelho.

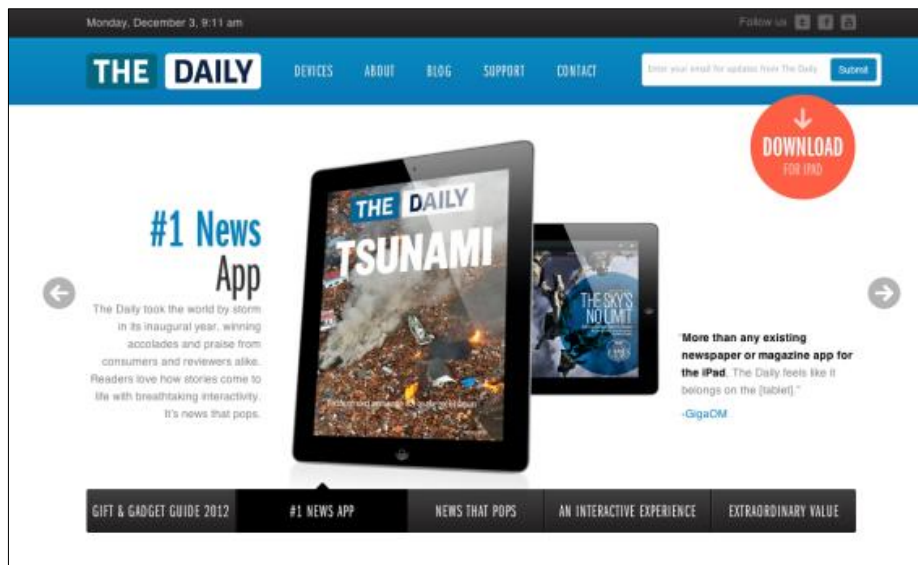


Figura 10: Home page do *The Daily*

Fonte: Reprodução web<sup>173</sup>

Entre a primeira edição do *The Daily*, disponível para o público em 2 de fevereiro de 2011, e a última, de 15 de dezembro de 2012, foram menos de dois anos de atividade. Apesar de receber elogios e avaliações positivas nos meandros jornalísticos, a *News Corporation* decidiu encerrar a operação por considerar que os cerca de 100 mil assinantes que pagavam pelo serviço não cobriam os elevados custos operacionais<sup>174</sup>. Em nota oficial<sup>175</sup>, Rupert Murdoch explicou o fracasso comercial de forma bastante clara:

“Desde seu lançamento, o *The Daily* foi um experimento ousado na editoração digital e um veículo extraordinário para inovação. Infelizmente, nossa experiência mostrou que não era possível encontrar rapidamente uma audiência grande o suficiente para nos convencer de que o modelo de negócio era sustentável a longo prazo.”<sup>176</sup>

<sup>173</sup> <http://www.macworld.com/article/1157609/thedaily.html>

<sup>174</sup> <http://thenextweb.com/media/2012/07/14/the-dailys-100000-subscribers-are-likely-far-too-few-to-keep-it-afloat/>

<sup>175</sup> <http://www.businessinsider.com/news-corp-closing-the-daily-2012-12?0=sai>

<sup>176</sup> Tradução nossa a partir do original: ““From its launch, The Daily was a bold experiment in digital publishing and an amazing vehicle for innovation. Unfortunately, our experience was that we could not find a large enough audience quickly enough to convince us the business model was sustainable in the long-term.””

De fato, outros projetos semelhantes, como o *Globo a Mais*, do jornal brasileiro *O Globo*, também tiveram uma trajetória curta. Apesar de ser frequentemente enquadrado com um “jornal vespertino” adaptado ao *iPad*, o *Globo a Mais* assumia explicitamente um formato de revista digital semelhante ao *The Daily*. Na página web criada para atrair assinantes<sup>177</sup>, a empresa apresentava o aplicativo como uma “revista digital, disponível a partir das 18h, de segunda a sexta no seu *iPad* e tablet *Android*, com reportagens, entrevistas, fotos, vídeos e colunistas exclusivos”. A justificativa para a atualização sempre ao final da tarde também estava amparada nas pesquisas de comportamento e usabilidade. Assim como o *The Daily*, o projeto dependia de receita significativa proveniente de assinaturas e fracassou após quase três anos e meio de atividade (esteve ativo entre janeiro de 2012 e maio de 2015)<sup>178</sup>.

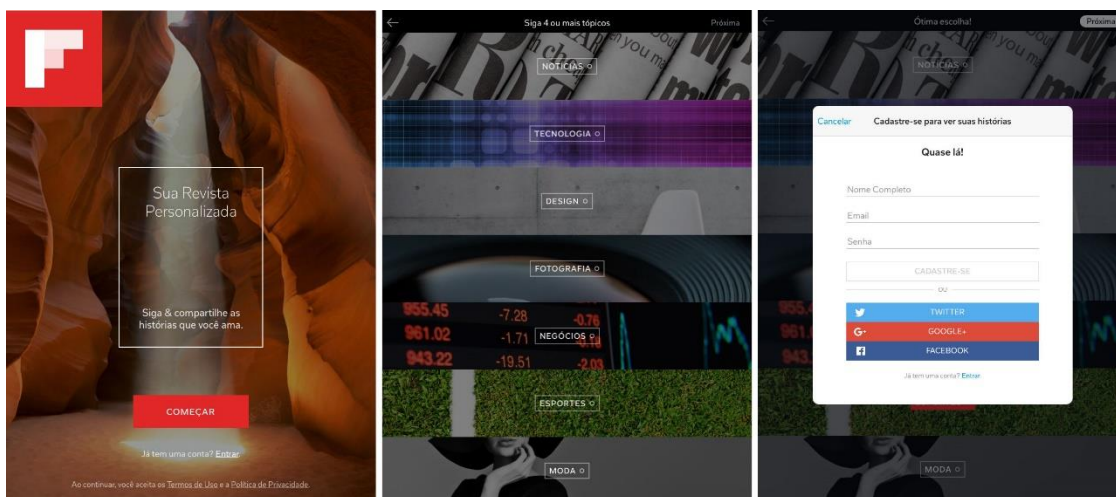
Afinal, como o *Flipboard* conseguiu se manter relevante enquanto outros aplicativos deixavam de existir? Para responder a esta questão é preciso compreender que a segunda controvérsia é um desdobramento da primeira: “O que é uma ‘revista social’ em contexto móvel?”. Não bastava traduzir o *iPad* em revista digital (1ª controvérsia), era necessário promover um novo deslocamento decisivo na noção de “revista” para torná-la um produto midiático “social” (2ª controvérsia). Em outras palavras, o *Flipboard* não é uma revista no tablet, é uma “revista social no tablet” e isso faz toda diferença. Para compreender esta tradução, é preciso analisar os mediadores envolvidos na agregação de informação jornalística.

Assim que abre o aplicativo, o usuário é convidado a escolher ao menos quatro itens entre diversos tópicos de interesse como “notícias”, “tecnologia”, “negócios”, “esporte”, “moda”, “política”, etc. Em seguida, o app exige a identificação do usuário, que pode ser feita a partir de um endereço de e-mail (para criar uma conta exclusiva para o *Flipboard*) ou simplesmente pelo *login* a partir de contas pessoais do *Facebook*, *Twitter* ou *Google+*. Neste último caso, os dados presentes no perfil da rede digital selecionada são importados para o aplicativo por meio de um API (*Application programming interface*), um software programado exclusivamente para organizar a transferência de informação entre plataformas digitais. A figura 11 apresenta estes três passos iniciais.

---

<sup>177</sup>[https://assinatura.oglobo.globo.com/Default.aspx?id\\_parce=3574&cod\\_prod=1056&funcionalidade\\_id=3981&cod\\_produto=OG03&tipo\\_cliente\\_id=1&campanha=sim&utm\\_source=santander&utm\\_medium=email&utm\\_campaign=1290\\_ago](https://assinatura.oglobo.globo.com/Default.aspx?id_parce=3574&cod_prod=1056&funcionalidade_id=3981&cod_produto=OG03&tipo_cliente_id=1&campanha=sim&utm_source=santander&utm_medium=email&utm_campaign=1290_ago)

<sup>178</sup> <http://observatoriodaimprensa.com.br/imprensa-em-questao/adeus-ao-globo-a-mais/>

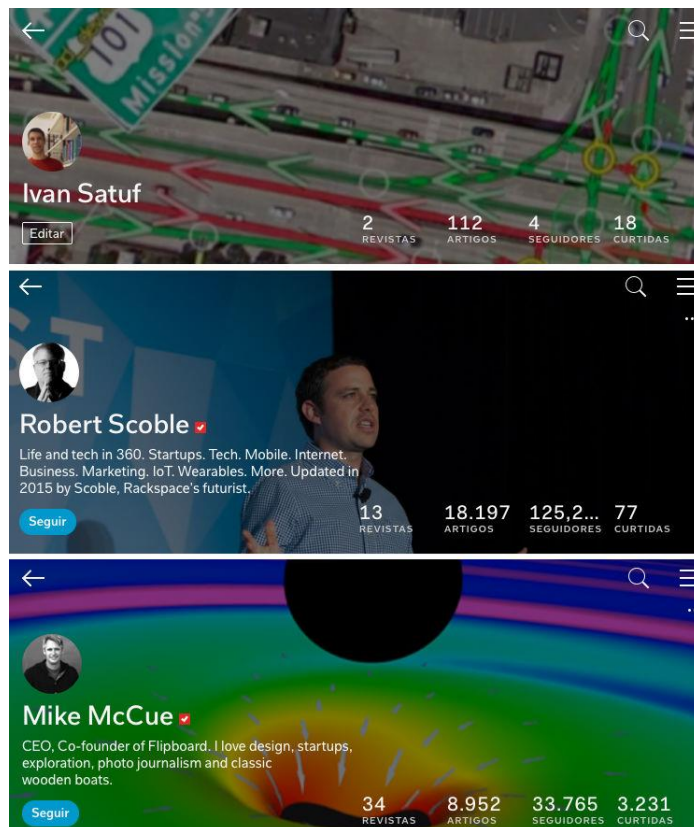


**Figura 11:** Etapas de criação do perfil no *Flipboard*

Fonte: Printscreen *Flipboard*

A etapa de identificação é fundamental, pois é a partir dela que o usuário é inserido na “comunidade” do *Flipboard*, possuindo uma imagem associada ao perfil e um conjunto de dados visíveis a outros membros (figura 12). Neste momento, os algoritmos começam a promover mediações importantes para a personalização do conteúdo. São eles os responsáveis por selecionar as fontes e organizar as informações que irão compor cada *feed* de notícias.

Para o usuário, os *feeds* se apresentam como um mosaico na tela do tablet, bastando pressionar sobre um deles para “folhear” entre as notícias. Este actante, o “algoritmo curador” (Corrêa & Bertocchi, 2012), é um mediador indispensável para o caráter individual do consumo. Ele instaura uma terceira controvérsia que atravessa os estudos do jornalismo digital: “Quem deve filtrar o conteúdo, os humanos ou os softwares?”.



**Figura 12:** Exemplos de perfis de usuários no *Flipboard*

Fonte: Printscreen *Flipboard*

Foi com base no algoritmo curador que o *Flipboard* tomou a decisão de se associar ao *Zite*, um outro aplicativo agregador de informação jornalística. Este antigo concorrente era bastante popular entre os usuários justamente porque possuía um dos melhores sistemas de recomendação de conteúdos. O sucesso do *Zite* já havia chamado a atenção da *CNN*, que decidira comprar o aplicativo em 2011 para tentar se aproximar de um público que se multiplicava rapidamente no emergente mercado de conteúdos para dispositivos móveis.

Enquanto o *The Daily* e o *Globo a Mais*, patrocinados por grandes corporações do setor midiático, sucumbiam diante do desafio de criar uma revista digital para o *iPad*, o *Flipboard* pagava cerca de US\$ 60 milhões à *CNN* para adquirir o *Zite*<sup>179</sup>. Os relatos de risco revelam a importância da simetria generalizada entre as entidades e da manutenção mapa plano, ou seja, sem escalas nem hierarquias *a priori*. Nada é predeterminado e tudo se faz durante a associação. Algoritmos e curadoria, entidades que não têm origem no jornalismo, acabam por fazer jornalismo.

<sup>179</sup> <http://money.cnn.com/2014/03/05/technology/flipboard-cnn-zite/index.html>

A quantia milionária desembolsada no negócio revelava o valor do actante para a rede de mediações do *Flipboard*: o algoritmo curador do *Zite* que “aprendia” com a atividade do usuário para recomendar conteúdos cada vez mais relevantes. Mas a incorporação do algoritmo é apenas mais uma etapa do desdobramento. A tensão entre sistemas informáticos e as faculdades cognitivas humanas é o pilar da terceira controvérsia:

[...] a curadoria realizada pelos algoritmos (...) tende a olhar para trás: considera o comportamento passado do usuário, o que ele comentou, recomendou, apreciou, leu. Conhecendo padrões e preferências, esse passo-a-passo matemático traz mais informações similares e afins para seu usuário, a partir de uma varredura rápida e eficiente pelas bases de dados. A curadoria humana pura e simples (sem os procedimentos matemáticos), por outro lado, é mais livre para olhar para o futuro. Um curador de conteúdos é capaz de agregar novas e inusitadas perspectivas à informação, oferecendo aos seus usuários a surpresa, o inesperado ou simplesmente aquilo que o usuário nem imaginaria existir no mundo e sobre o mundo, ampliando seu próprio entendimento de mundo. (Corrêa & Bertocchi, 2012, p. 32)

“Quem” ou “o que” deve assumir o papel de curador de informação jornalística? O *Flipboard* busca solucionar a controvérsia ao permitir que todos os usuários criem suas próprias revistas sociais a partir de preferências pessoais. É possível fazer a curadoria, por exemplo, uma revista sobre a crise econômica na Zona Euro (figura 13). O editor da publicação é responsável por escolher a matéria que vai ilustrar a capa e as matérias que vão compor as páginas.

Para adicionar novas informações há diversos mecanismos. Se o conteúdo estiver numa página web fora do *Flipboard*, basta copiar o link e inserir na revista. Caso o conteúdo já tenha sido publicado dentro do aplicativo (num *feed* de notícia específico ou numa revista de outro usuário), o usuário deve apenas pressionar o símbolo “+” na barra inferior da tela para “flipar”<sup>180</sup> o conteúdo para a revista desejada (figura 14).

---

<sup>180</sup> “Flipar” é o neologismo criado pelo próprio aplicativo para denominar a ação de agregar conteúdo de terceiros.



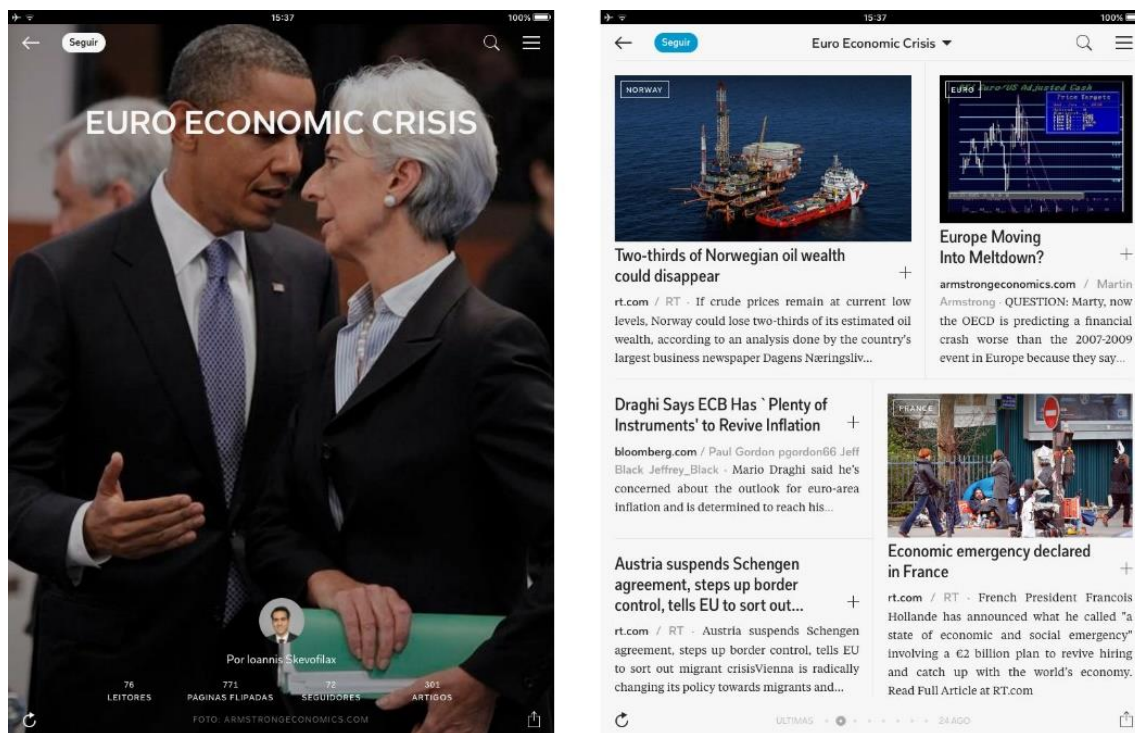


Figura 13: Capa e página de conteúdos da revista “Euro Economics Crises”

Fonte: Printscreen *Flipboard*

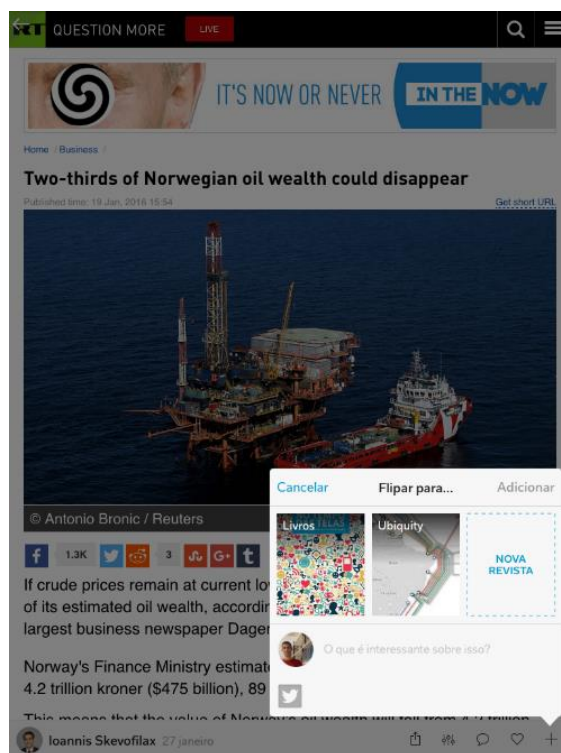


Figura 14: Mecanismo para “flipar” conteúdos

Fonte: Printscreen *Flipboard*

A curadoria de revistas também abre a possibilidade de agregar informações originais, bastando publicar textos numa plataforma web e reuni-los numa revista como faria com outros conteúdos publicados por terceiros. O recurso é bastante útil, por exemplo, para jornalistas independentes, coletivos de mídia e organizações não-governamentais que não possuem recursos para desenvolver seus próprios aplicativos. Numa página que exhibe casos exemplares deste tipo de experiência<sup>181</sup>, a equipe do aplicativo incentiva a relação: “Você é jornalista e usa o *Flipboard*? Entre em contato conosco através do e-mail [community\\_br@flipboard.com](mailto:community_br@flipboard.com) e sua revista poderá ser promovida em nosso Guia de Conteúdo”. Além da curadoria realizada por algoritmos e usuários, o *Flipboard* também tem uma equipe de curadores profissionais que selecionam e organizam informações em canais especiais. Um destes canais se chama “Edição do Dia” (figura 15) e é apresentado assim para os usuários:

Quer acompanhar as notícias de forma rápida e fácil? Apresentamos a Edição do Dia, que traz as principais notícias de várias seções, além de matérias especiais e uma dose diária de música, GIF e fotos. Com curadoria especial da nossa equipe *Flipboard*, a Edição do Dia é atualizada diariamente, antes das 7 da manhã, com as notícias que você precisa saber para começar bem o seu dia.<sup>182</sup>



**Figura 15: “Edição do Dia”**

Fonte: Printscreen *Flipboard*

<sup>181</sup> <https://pt-br.about.flipboard.com/inside-flipboard-brasil/flipboard-para-jornalistas/>

<sup>182</sup> <https://pt-br.about.flipboard.com/inside-flipboard-brasil/3-coisas-que-voce-precisa-saber-sobre-o-novo-flipboard-nossa-maior-atualizacao-do-ano/>

A terceira controvérsia multiplica os mediadores e as cadeias de tradução: o “algoritmo curador” ganha a companhia do “usuário curador” e do “jornalista curador”. Quando associados num mesmo aplicativo, estes mediadores redistribuem o poder de decisão sobre os conteúdos. Quem define as informações jornalísticas que serão exibidas? Não há uma resposta única porque depende dos actantes envolvidos e das traduções. Pode-se ler, por exemplo, uma revista curada por outro usuário e recomendada pelo algoritmo. Esta revista pode ser composta por conteúdos “flipados” de outras revistas e da “Edição do Dia”. Não há respostas óbvias porque as mediações são complexas e somente a observação das entidades associadas será capaz de fornecer pistas.

Os mecanismos que habilitam os três tipos de curadoria e a concepção de uma “revista digital” para tablets se revelaram traduções decisivas. Em fevereiro de 2011, Jeffrey L. Wilson, colaborador do site especializado em tecnologia “PCMag”<sup>183</sup>, descrevia as controvérsias e apontava os possíveis desdobramentos:

O *The Daily* é um aplicativo pioneiro e bem desenhado (...) que traz publicações baseadas em assinaturas para o *iPad* ao mesmo tempo em que habilmente equilibra a velha e a nova mídia. A grande questão é se você está disposto a pagar pelo conteúdo. O conteúdo noticioso do *The Daily* é algo que você pode encontrar de graça com o apropriado RSS feed executado no *Flipboard*, portanto, se os conteúdos específicos não são particularmente apelativos (...), o app não vale o download; o gratuito e mais estável *Flipboard* pode ser a melhor escolha no momento.<sup>184</sup>

Como se não bastasse a complexidade descrita até agora, o API utilizado inicialmente para criar o perfil dentro do aplicativo volta à cena como um mediador decisivo para fomentar a quarta controvérsia: “Quais os limites entre as plataformas sociais on-line e o jornalismo?”. A controvérsia surge justamente porque o API permite que o usuário acesse os conteúdos de redes sociais como *Facebook*, *Twitter*, *Instagram* e *YouTube* sem sair do aplicativo. Basta “logar” em uma destas plataformas externas e visualizar as atualizações de sua página pessoal, tudo dentro do *Flipboard*. Isso significa que informações de todo tipo provenientes das conexões pessoais passam a ser exibidas lado a lado com *feeds* de notícia que agregam notícias fornecidas por fontes tradicionalmente ligadas ao jornalismo, como *Reuters* e *CNN*.

Esta quarta controvérsia foi discutida na primeira parte desta tese e permeia o jornalismo contemporâneo. Em julho de 2012, o *London Journalism Centre* promoveu um encontro

---

<sup>183</sup> <http://www.pcmag.com/article2/0,2817,2379394,00.asp>

<sup>184</sup> Tradução nossa a partir do original: The Daily is a pioneering, well-designed app (...) that brings subscription-based publications to the iPad while deftly balancing old and new media. The big question is if you're willing to pay for the content. The Daily's news content is something you can find for free with the appropriate RSS feed run through Flipboard, so if the bells and whistles aren't particularly appealing (or if you don't find the other non-news stories compelling), the app isn't worth downloading; the free and far more stable Flipboard may be a better choice for now.



para debater a polêmica. O nome do evento era um indicativo da angústia vivida pelos jornalistas: “*Is social media destroying journalism?*”. Lauren Arthur<sup>185</sup> relatou assim a atmosfera sombria que cercou o encontro: “Um sentimento de melancolia apocalíptica invadiu a pequena sala de conferências na biblioteca Dalston, quando a chuva torrencial de julho martelava os vidros das janelas e nosso pequeno grupo se amontoava para contemplar o fim do jornalismo tal como o conhecemos...”<sup>186</sup>.

A controvérsia está longe de ser solucionada, porém, algumas respostas parciais começam a surgir. É o caso da BBC, que criou um módulo integrado à redação denominando *User-generated content hub* ou simplesmente “UGC hub”<sup>187</sup>, cujo objetivo é integrar conteúdos publicados nas redes sociais com o material produzido por jornalistas. Aos poucos, o *Facebook*, o *Twitter* e outras plataformas deixam de ser vistas como inimigos perversos para se tornarem aliados decisivos cada vez mais relevantes para a prática jornalística.

O API é um actante-chave neste processo não apenas porque aproxima redes sociais do jornalismo, mas porque traduz entidades a partir da mediação. No capítulo 2 foi referido que empresários ligados aos conglomerados midiáticos, como Rupert Murdoch e Francisco Pinto Balsemão são bastante críticos em relação aos agregadores de notícias. Seria possível a um aplicativo como o *Flipboard* modificar o programa de ação de grandes empresas jornalísticas para alistá-las como aliadas? Esta é a quinta controvérsia. Em entrevista, Mike McCue, um dos fundadores do app, explicava a tradução<sup>188</sup>: “O que estamos tentando fazer é realmente ajudar os produtores de conteúdo a alcançarem mais pessoas o que é, em última instância, o que eles querem, e nós queremos fazer isso de um jeito que seja realmente cativante, que atraia as pessoas para dar uma olhada naquele conteúdo”<sup>189</sup>.

O *The New York Times* (NYT) é o exemplar mais emblemático desta tradução (figura 16). Em 2012, o tradicional grupo jornalístico decidiu, pela primeira vez em sua trajetória online, iniciada em 1996, levar seu modelo de paywall para uma plataforma externa. O *Flipboard* foi o aplicativo escolhido para a experiência pioneira. Os assinantes do NYT usam o API para inserir nome de usuário e senha que garantem acesso integral ao conteúdo do jornal (versões impressa e multimídia). A parceria prevê uma divisão de verbas

---

<sup>185</sup> <http://wallblog.co.uk/2012/07/17/is-social-media-destroying-good-journalism/>

<sup>186</sup> Tradução nossa a partir do original: A feeling of apocalyptic gloom pervaded the small conference room in Dalston library, as the torrential July rain hammered on the window panes, and a small group of us huddled together to contemplate the end of journalism as we know it...

<sup>187</sup> <http://www.bbc.co.uk/academy/journalism/skills/social-media>

<sup>188</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=M7umqKbQ3PA>

<sup>189</sup> Tradução nossa a partir do original: “What we are trying to do is really help the content publishers to reach more people, what is ultimately, what they want, and we want to do it in a way that is really compelling that draws people in to take a look at the content.”

publicitárias que derivam de anúncios desenvolvidos sob medida para a interface do tablet<sup>190</sup>.

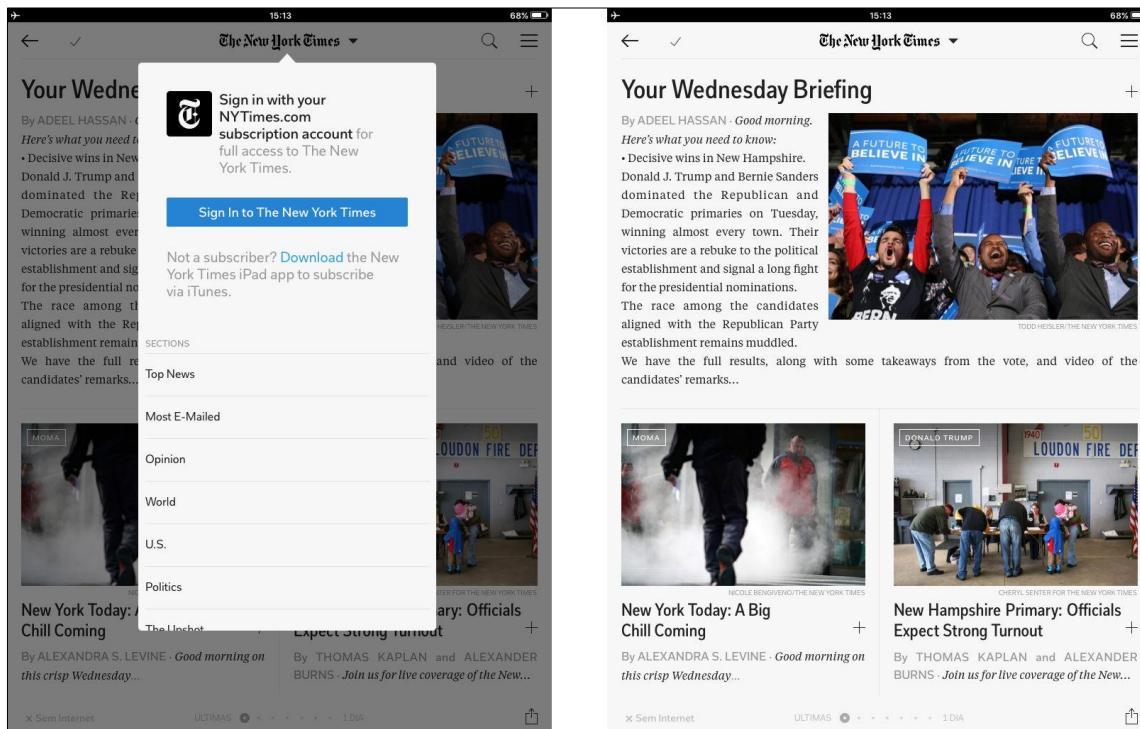


Figura 16: Acesso ao API (à esquerda) e página de conteúdos do NYT para Flipboard

Fonte: Printscreen Flipboard

Os actantes e suas associações promoveram um deslocamento que parecia impossível. Um dos jornais mais tradicionais do mundo, fundado em 1851, passava a ser um “parceiro” - ou talvez um mero fornecedor de conteúdo - de um aplicativo móvel desenvolvido para um produto (o tablet) que não havia completado sequer três anos de história em 2012. A empiria revela um dos pressupostos desta tese: o jornalismo pós-industrial precisa de novas teorias e metodologias. O lugar do *The New York Times* na rede não é predefinido, mas sim o resultado de associações heterogêneas que pouco ou nada se parecem com a suposta estabilidade advogada pelas teorias do jornalismo industrial. Aparentemente torna-se necessário mapear novas redes e instaurar novos pontos de vista que vão para além das redações e dos jornalistas.

Em abril de 2011, quando os mediadores estavam intensamente ativos, o *Nieman Foundation for Journalism*, instituto ligado à Universidade de Havard e com elevado prestígio entre jornalistas profissionais e acadêmicos, alimentava a controvérsia: “O

---

<sup>190</sup> [http://bits.blogs.nytimes.com/2012/06/25/flipboard-in-content-deal-with-new-york-times/?\\_r=0](http://bits.blogs.nytimes.com/2012/06/25/flipboard-in-content-deal-with-new-york-times/?_r=0)

*Flipboard* é um competidor ou um colaborador?”<sup>191</sup>. O texto fornecia links para vozes divergentes. O executivo de mídia Frederic Filloux<sup>192</sup> considerava o app um rival ameaçador: “Toda empresa de mídia deveria estar com medo do *Flipboard*. A startup de Palo Alto sintetiza o melhor e o pior da internet. O melhor é para o usuário. O pior é para os provedores de conteúdo que alimentam a sua impressionante expansão”<sup>193</sup>. Na direção oposta, o crítico de mídia Mathew Ingram<sup>194</sup> acreditava numa opção menos parasitária e mais simbiótica: “A agregação, personalização e customização que estas apps consentem é o futuro do consumo de conteúdo e é melhor que os canais de mídia tradicionais descubram como surfar esta onda ou são esmagados por ela”<sup>195</sup>. O produtor independente de mídia Marshall Kirkpatrick<sup>196</sup> seguia a mesma direção para saudar o aplicativo: “Eu adoro o poder dos feeds e eu gosto muito do *Flipboard*. Como um criador de conteúdo, ele soa como uma benção para mim. O serviço ainda exhibe os anúncios que inserimos no nosso RSS feed. Como não amar”<sup>197</sup>.

A rede se desdobra intensamente: a tela tátil com dimensões similares a uma página impressa garante uma experiência sensorial inovadora; as pesquisas indicam o consumo intensivo, com leitura de profundidade; os algoritmos possuem agência e sugerem conteúdos relevantes; os usuários viram curadores, assim como os jornalistas; o API permite integrar dados externos de redes sociais e canais jornalísticos num único aplicativo. São muitos os mediadores e as traduções que conduzem o jornalismo para territórios novos e até mesmo surpreendentes. Ao tentar definir este coletivo complexo povoado por seres híbridos, Primo (2011) é coerente ao denominar o *Flipboard* não apenas como agregador, mas sim, como um “composto informacional midiático” (figura 17):

Ao navegar pelas páginas e clicar nos títulos dos textos ou nos links apresentados, o interagente consome informações de várias fontes: profissionais ou amadoras; de periódicos de renome ou de indivíduos desconhecidos; de grandes organizações ou coletivos alternativos; matérias de jornais online, posts de blogs, tuítes, links compartilhados no Facebook; vídeos do YouTube, trailers de cinema, imagens de grandes fotógrafos, fotos de parentes; etc. (Primo, 2011, p. 142).

---

<sup>191</sup> <http://www.niemanlab.org/2011/04/this-week-in-review-the-flipboard-dilemma-trove-and-news-me-arrive-and-a-big-paywall-number/>

<sup>192</sup> <http://www.mondaynote.com/2011/04/17/flipboard-threat-and-opportunity/>

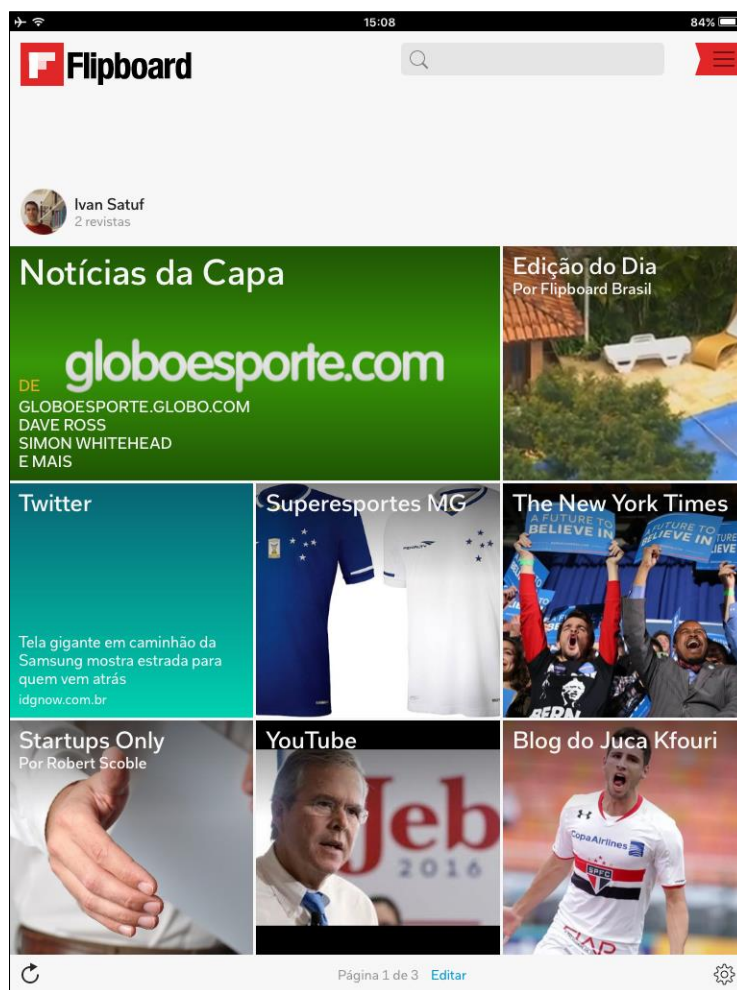
<sup>193</sup> Tradução nossa a partir do original: “Every media company should be afraid of Flipboard. The Palo Alto startup epitomizes the best and the worst of the internet. The best is for the user. The worst is for the content providers that feed its stunning expansion without getting a dime in return.”

<sup>194</sup> <http://gigaom.com/2011/04/19/are-apps-like-flipboard-the-future-of-media/>

<sup>195</sup> The aggregation, personalization and customization that such apps allow is the future of content consumption, and traditional media outlets better figure out how to ride that wave or be crushed by it.

<sup>196</sup> <http://marshallk.com/flipboard-dear-publishers-lets-think-this-through>

<sup>197</sup> Tradução nossa a partir do original: “I love the power of feeds and I like Flipboard a lot. As a content creator, it sounds like a blessing to me. The service even shows the ads we put in our RSS feeds. What’s not to love.”



**Figura 17:** Interface do “composto informacional midiático” do *Flipboard*

Fonte: Printscreen *Flipboard*

À medida em que mais empresas de mídia firmam parcerias com o *Flipboard* e novas plataformas se integram ao app por meio de APIs, a rede começa a se estabilizar. O aplicativo passa a ser visto como um software eficiente para consumo de informação jornalística em tablets com integração às redes sociais e estética atraente aos sentidos. Em 2015, o valor de mercado do *Flipboard* alcançou os US\$ 800 milhões<sup>198</sup>, com mais de 300 milhões de downloads registrados em dispositivos móveis e cerca de 70 milhões de usuários ativos por mês<sup>199</sup>. O sucesso do aplicativo atrai a cobiça de investidores, porém, o CEO da empresa desmente a intenção de vender o aplicativo: “Pode ser que cheguem ofertas e iremos olhar para elas caso cheguem, mas nós não estamos tentando vender a

<sup>198</sup> <http://fortune.com/2015/10/30/flipboard-mccue/>

<sup>199</sup> <http://venturebeat.com/2015/07/14/flipboard-now-has-70m-monthly-active-users-says-ceo-mike-mccue/>

companhia, absolutamente não”<sup>200</sup>. Portanto, a caixa-preta está temporariamente fechada, mas pode se abrir a qualquer momento por novas controvérsias.

## 6.2 Circa News: A informação traduzida em átomos

O aplicativo descrito nesta seção foi descontinuado em junho de 2015 e, por isso, o relato mistura passado e presente. Para usar um jargão típico do século XXI, o “spoiler” é necessário, mas o texto manter-se-á fiel aos princípios anti-essencialistas advogados pela Teoria Ator-Rede. Se a controvérsia é o motor dos relatos de risco, o *Circa* representa uma verdadeira “implosão” na caixa-preta dos agregadores de notícias. O app foi lançado em outubro de 2012 sob a liderança de três empreendedores ligados tanto ao jornalismo quanto ao setor de alta tecnologia. O discurso<sup>201</sup> produzido para atrair a atenção do público fornecia as diretrizes básicas da polêmica: “no *Circa* nós não sumarizamos, nós contamos histórias”<sup>202</sup>.

O que está em jogo é próprio significado de agregação de notícias em plataformas digitais. Para os idealizadores do aplicativo, os modelos tradicionais de agregação falham ao fornecer sumários repetitivos que apenas “empilham” as notícias sem fornecer contexto informacional nem coerência narrativa. Assim, os agregadores somente “iludem” os usuários ao criarem a falsa sensação de informar sobre “tudo” quando, na verdade, simplesmente reverberam conteúdos muito semelhantes<sup>203</sup>: “Se você ler dois sumários de artigos similares, irá continuar a sofrer a fatalidade da amnésia noticiosa - dois bons sumários sobre o *Furacão Sandy* vão, provavelmente, se repetir”<sup>204</sup>.

As críticas estavam, desta forma, em perfeita sintonia com o “isomorfismo” e a “degradação do conteúdo” debatidos no capítulo 2. Contudo, a partir daquele momento, a censura deixava de vir somente “do lado de fora”, ou seja, dos produtores de conteúdos originais preocupados com plataformas que replicavam material protegido por direitos autorais. As ressalvas vinham agora “de dentro”, de uma startup como tantas outras que buscavam tirar proveito de um ecossistema móvel aberto à inovação. Para se diferenciar

---

<sup>200</sup> Tradução nossa a partir do original: “Maybe offers will come, and we will look at them if they do, but we are not out there trying to market the company, absolutely not”.

<sup>201</sup> <https://web.archive.org/web/20150108021316/http://blog.cir.ca/2014/04/01/at-circa-we-write-stories-not-summaries-take-two/>

<sup>202</sup> Tradução nossa a partir do original: “[...] at Circa we don’t do summaries, we tell stories.”

<sup>203</sup> <https://web.archive.org/web/20141205043816/http://blog.cir.ca/2012/11/01/at-circa-we-write-stories-not-summaries/>

<sup>204</sup> Tradução nossa a partir do original: “If you read two summaries of similar articles you’d still suffer the fate of news amnesia - two good summaries about Hurricane Sandy probably repeat themselves.”



dos muitos aplicativos agregadores, o *Circa News* lançava a primeira de uma série de controvérsias: “O que é agregação de informação jornalística?”.

No intuito de interromper o suposto equívoco presente na apresentação de sumários, o aplicativo propôs o conceito de “atomização do conteúdo”. As informações deveriam ser reduzidas a unidades atômicas fundamentais sobre determinado acontecimento: um fato novo extraído de uma matéria do *The New York Times*, uma fotografia que acabou de ser postada por uma agência de notícia, um vídeo recém-divulgado no *YouTube*, o breve relato de uma testemunha publicado no *Twitter*, um mapa do local do evento produzido a partir do *Google Maps*. A figura 18 mostra a aparência de alguns destes átomos na interface do *Circa*, sendo que a qualquer momento o jornalista responsável por organizar os átomos podia acrescentar uma informação original para contextualizar a narrativa (figura 19).

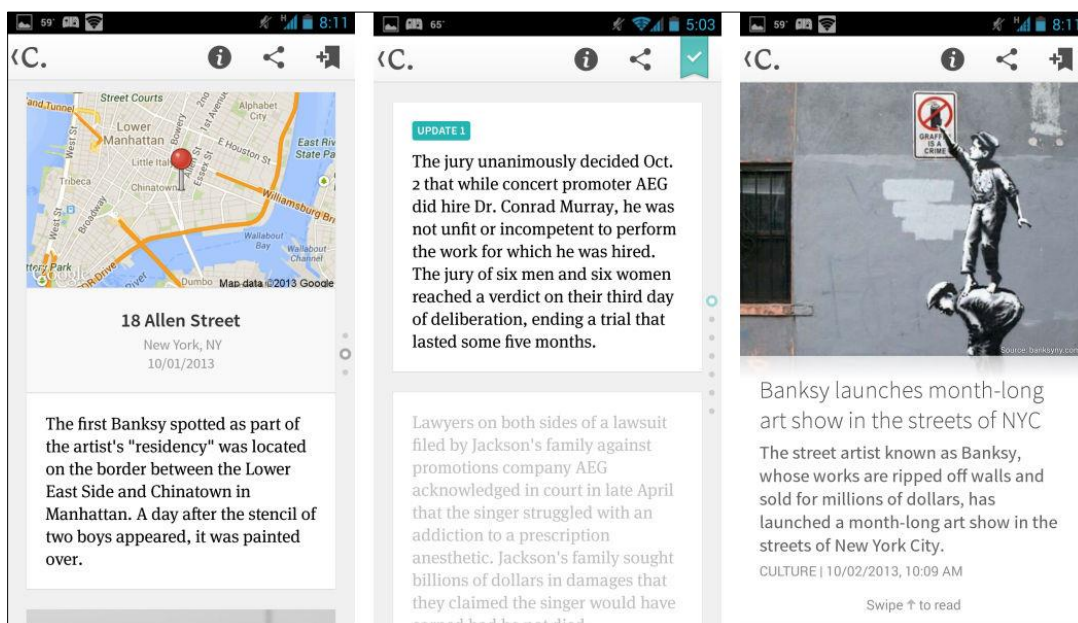
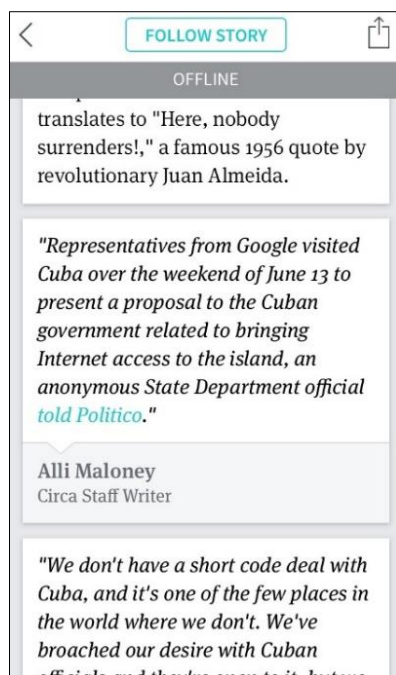


Figura 18: Átomos de informação no *Circa*

Fonte: Printscreen *Circa News*



**Figura 19:** Átomo de contextualização assinado por jornalista do *Circa*  
 Fonte: Printscreen *Circa News*

Esta primeira controvérsia desperta uma tradução importante. Historicamente, a competição entre as empresas jornalísticas se mostrou uma faca de dois gumes. Se por um lado estimula a busca pela “novidade” como um diferencial, por outro, alimenta a repetição pelo receio de perder audiência para os rivais. Ao invés de incentivar a originalidade, a própria audiência ajuda a sustentar o ciclo repetitivo ao esperar encontrar todas as informações reunidas num só lugar. Comprar o jornal “A” e perceber que ele não tem notícias importantes destacadas no jornal “B” pode abalar a confiança do leitor naquela publicação. A consequência é o jornalismo “empacotado” e “homogeneizado” que dá origem a um sistema de retroalimentação que Boczkowski (2010) nomeou de “espiral da mesmice” (“*spiral of sameness*”).

A abordagem “atomizada” do *Circa* busca traduzir “concorrentes” em “colaboradores”. Neste deslocamento, o par competição/repetição dá lugar à combinação entre colaboração e valorização. O objetivo é utilizar aquilo que cada produtor de conteúdo apresenta de mais relevante (reduzido a um átomo informativo) para criar um produto dinâmico com elevado “valor agregado” resultante da articulação das diversas unidades. Para alistar as empresas jornalísticas no novo programa de ação, o aplicativo lançou uma retórica cuja fundamentação incitava a racionalidade<sup>205</sup>: “As redações já estão com poucos recursos; aplique-os com eficiência. Sua reescrita de 500 palavras à semelhança do mesmo

<sup>205</sup> <https://medium.com/circa/stop-matching-33e67d5b95e5#.c91n2wnik>

artigo de seu ‘competidor’, como você o chama, é desnecessário e um completo desperdício de tempo”<sup>206</sup>.

A tradução tenta retirar a agregação de um plano majoritariamente negativo, no qual é vista como uma atividade ilegal e/ou antiética, para inseri-la numa zona positiva. No discurso do *Circa*, agregar não é “furtar” conteúdo, mas sim, “agregar valor” pela utilização pacífica e justa de pequenos fragmentos recolhidos de múltiplas fontes, sendo cada fragmento um átomo de informação. Para produzir o efeito esperado, a mediação convoca actantes que simbolizam o espírito da revolução digital, como as noções de “Web 2.0” e cultura “*open source*”. Estes actantes são agentes decisivos para promover uma era (ou “*Zeitgeist*”, o espírito de um tempo) em que a colaboração é mais importante do que a competição.

Assim que os actantes começam a se multiplicar, fica cada vez mais nítido o desdobramento da rede de mediações e o consequente encadeamento de traduções. Para tentar solucionar o dilema da agregação, o *Circa* automaticamente instaura uma segunda controvérsia: “Qual a estrutura da narrativa jornalística para smartphones?”. Esta questão pode ser analisada dentro da mesma dimensão metafórica da controvérsia anterior: se a “atomização” é o potencial antídoto à sumarização (1ª controvérsia), é necessário que os átomos de informação sejam capazes de formar “moléculas” narrativas adaptadas a um *medium* particular: o smartphone (2ª controvérsia).

O capítulo 1 demonstrou como o lançamento do *iPhone* foi um divisor de águas no desenvolvimento da comunicação móvel ao instituir um hardware paradigmático associado a um eficiente ecossistema baseado no desenvolvimento e distribuição de aplicativos (ver figuras 1 e 2). Do ponto de vista da materialidade, o termo “smartphone”, apesar de não ser uma novidade, passou a denominar um suporte comunicacional característico e facilmente reconhecido por usuários e desenvolvedores de aplicativos. Os teclados físicos começaram a encolher até o total desaparecimento. Em seu lugar surgiram telas tácteis que cobrem a quase totalidade da face frontal dos aparelhos. Para suprir a ausência do teclado, a interface háptica foi adaptada para emular as letras acionadas por pressão direta sobre a tela.

Contudo, ao contrário dos tablets, os smartphones possuem dimensões físicas reduzidas para garantir a mobilidade do usuário. É preciso que o aparelho caiba no bolso da calça ou

---

<sup>206</sup> Tradução nossa a partir do original: “Newsrooms are already low on resources; apply those resources efficiently. Your 500-word re-write of the same article as your “competitor,” as you call them, is unnecessary and a total waste of time.”



do paletó e que possa ser usado com apenas uma das mãos. Para tender às demandas da portabilidade, a dimensão da tela não deve ultrapassar as 7 polegadas<sup>207</sup>. A evolução das tecnologias móveis de comunicação marcou os debates sobre o “espaço social” de cada aparelho. Assim como ocorreu no *Flipboard*, o *Circa* alistou pesquisas de comportamento e consumo como actates para defender o uso dos átomos de informação.

Segundo o *Pew Research Center*, o uso de dispositivos com dimensões físicas menores é significativamente mais disperso no tempo quando comparado com o tablet: “o smartphone é um meio para que o consumidor contumaz acesse as notícias durante todo o dia - manhã, tarde e noite”<sup>208</sup> (Mitchell, Rosentiel, Santhanam & Christian, 2012). Por trás deste consumo disperso está a concepção de um uso “tópico” e “contínuo” dos smartphones, ou seja, muitas consultas durante a rotina diária, mas com menor tempo médio por consulta quando comparado ao tablet.

Esta distinção inicial - e até hoje ainda bastante exploratória - sobre os suportes comunicacionais guiou a segunda controvérsia. Segundo Matt Galligan<sup>209</sup>, um dos fundadores do *Circa*, as características do novo *medium* justificavam os riscos para inovar a narrativa jornalística: “Com tablets você pode recostar e ler artigos maiores, mas o telefone é dramaticamente diferente - você está na fila à espera do metrô ou do café e o aparelho é uma espécie de ‘distração’. Artigos longos demandam muito tempo e atenção, são difíceis de consumir no telefone”<sup>210</sup>.

A segunda controvérsia instaura novas mediações. A equipe do *Circa* era formada por dois grupos: o “*news team*” e o “*product team*” (figura 20). O primeiro grupo filtrava as notícias mais importantes e acompanhava o desenvolvimento da cobertura.

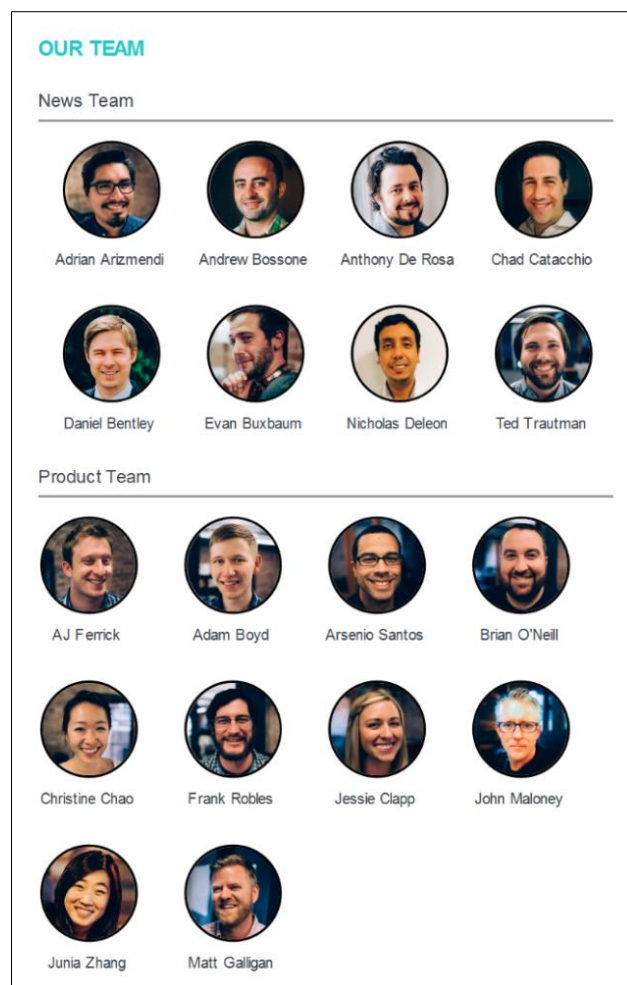
---

<sup>207</sup> Conforme mencionado no capítulo 1, aparelhos com dimensão de tela entre 5 e 7 polegadas são frequentemente enquadrados numa subcategoria denominada “phablets”. Contudo, a presente análise não recorre a esta subcategorização, preferindo manter a distinção básica entre smartphones (inferiores a 7 polegadas) e tablets (superiores a 7 polegadas).

<sup>208</sup> Tradução nossa a partir do original: “the smartphone is a way for the continuous news consumer to get the news throughout the day—morning, day and night”

<sup>209</sup> <http://gigaom.com/2012/10/15/circa-wants-to-rethink-the-news-at-a-sub-atomic-level/>

<sup>210</sup> Tradução nossa a partir do original: “With tablets you can kind of lean back and read longer articles, but the phone is dramatically different — you’re in line waiting for the subway or you’re in line for coffee and it’s kind of ‘gap time.’ Lengthy articles are very time intensive and attention intensive, and they are tough to consume on the phone.”



**Figura 20:** Equipe do *Circa News*

Fonte: Reprodução web<sup>211</sup>

Cada novidade era condensada em um átomo informativo e inserido na narrativa num sistema de postagem similar ao de um blog, com as postagens a surgirem na ordem inversa de publicação. O usuário visualizava na interface as notícias que estavam sendo atualizadas naquele momento e podia “seguir” a cobertura que lhe interessava, bastando para isso pressionar o botão “*Follow*” localizado no canto superior direito da tela (figura 21). Todo novo átomo inserido numa notícia “seguida” chegava ao smartphone na forma de alerta, como ocorria no modelo “*pushed news*”, mas agora o sistema se tornara híbrido, porque eram os usuários que escolhiam individualmente cada um dos tópicos sugeridos (um sistema *push + pull*).

<sup>211</sup> <https://web.archive.org/web/20150219042659/http://cir.ca/about/>



**Figura 21:** Mecanismo para seguir atualizações sobre uma estória no *Circa*

Fonte: Printscreen *Circa News*

Por exemplo, no caso de um acontecimento como o atentado a bomba durante a Maratona de Boston, ocorrido em abril de 2013, a primeira unidade informativa podia ser uma manchete expandida à semelhança de um SMS. Em seguida, começavam a ser inseridas as primeiras imagens, dados mais precisos e mapas da área isolada pela polícia. A atualização era conservada durante o tempo necessário para relatar novos fatos associados ao evento/acontecimento. Podia durar algumas horas quando o relato era sobre coberturas esportivas ou até mesmo se prolongar por semanas ou meses, como ocorria em períodos de disputa eleitoral. Caso se justificasse, eram criadas novas entradas com enfoques diferentes. A informação sobre a prisão de um suspeito do atentado em Boston podia ser inserida na primeira notícia, mas também poderia iniciar uma cobertura paralela com maior ênfase no suposto terrorista. Tal como átomos, uma mesma informação estava disponível para ser reorganizada em diversas formações moleculares. A narrativa baseada em átomos aproxima os dispositivos móveis de uma estrutura narrativa típica do jornalismo on-line baseada no modelo “News Diamond” proposto por Paul Bradshaw<sup>212</sup>. Neste modelo, a narrativa parte da unidade básica, o “alerta”, e segue para composições mais complexas que adicionam profundidade à narrativa até atingir o nível mais elevado da estrutura: a personalização.

<sup>212</sup> <http://onlinejournalismblog.com/2007/09/17/a-model-for-the-21st-century-newsroom-pt1-the-news-diamond/>

Para estruturar as narrativas, os jornalistas-actantes se associavam ao “*Trello*”, um software que servia de *backoffice* para a organização e edição dos átomos (figura 22). Mais uma vez vale a pena revisitar os preceitos da Teoria Ator-Rede. O *Trello* não é uma “mera ferramenta” a serviço do jornalista, assim como também não é uma “poderosa tecnologia” responsável por determinar o resultado da prática jornalística. O software é um actante que se associa aos jornalistas, às noções de Web 2.0 e cultura *open source*, aos materiais multimídia que chegam de várias fontes para conformar um agente híbrido fundamental para a estruturação da informação. Tal como num laboratório de química, basta retirar um dos actantes para cessar a manipulação dos átomos.

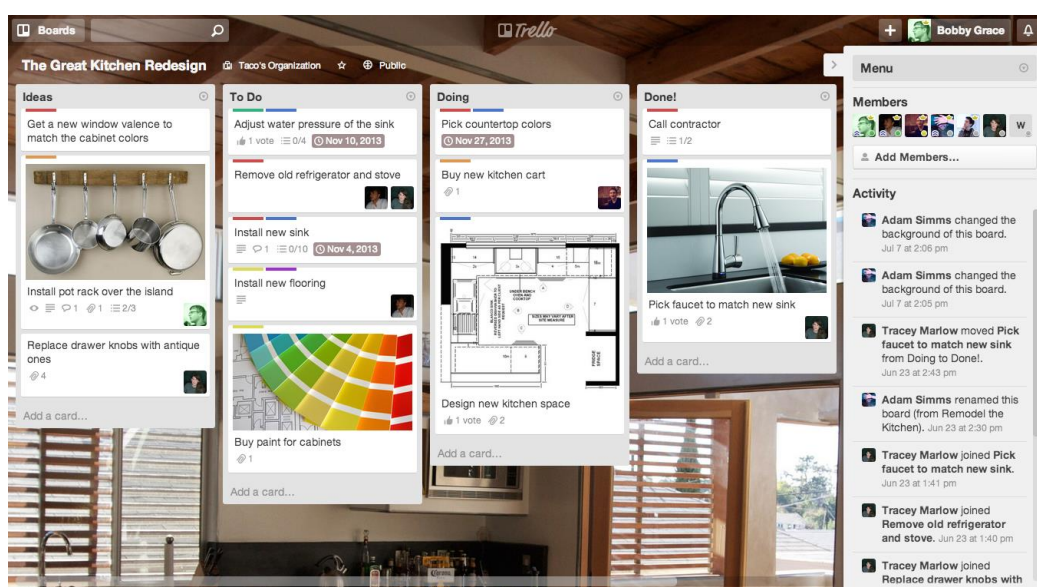


Figura 22: Interface de gestão de conteúdos do *Trello*

Fonte: Reprodução web<sup>213</sup>

Os átomos de informação pareciam bastante úteis para a portabilidade do smartphone. Em primeiro lugar, bastava acompanhar a atualização da notícia como num “*live-blogging*”, com a diferença que cada unidade cabia na diminuta dimensão da tela do dispositivo móvel.

Além de escolher as informações que desejava seguir, a estrutura da cobertura se apresentava de forma diferente para cada usuário. Para um membro da audiência que já estava “engajado” nas atualizações, era suficiente ler o último átomo e colocar o smartphone novamente no bolso. Se fosse um novo leitor, o software automaticamente remetia para um átomo que permitisse compreender a narrativa.

<sup>213</sup> <https://trello.com/>

Quem executava este trabalho de personalização eram os algoritmos actantes que analisavam todos os movimentos dos usuários. O algoritmo é sempre o mesmo, mas o usuário muda, portanto, cada associação cria um híbrido singular. Nunca é demais destacar como as mediações sociotécnicas são repletas de actantes não-humanos sem os quais as conexões seriam improváveis (ou mesmo impossíveis). A controvérsia sobre a estrutura da narrativa jornalística para smartphones começou a atrair apoiadores e críticos no interior do campo jornalístico. Amy Gahran<sup>214</sup>, jornalista e consultora de mídia, saudava a inovadora “abordagem *Lego* para a narrativa” (“*Lego approach to storytelling*”) criada pelo *Circa*:

“Uma boa ferramenta de gerenciamento de conteúdo tornaria a criação de histórias mais parecida com a brincadeira de *Lego*: jornalistas e editores poderiam mover peças por toda parte, adicionar contexto e atualizações, brincando de outra forma com o conteúdo (talvez em resposta à forma como as pessoas estão utilizando este conteúdo), sem ter que retrabalhar toda a navegação manualmente.”<sup>215</sup>

Nesta analogia, cada unidade informativa é uma peça com cor e forma específicos. Algumas são semelhantes, outras bem diferentes, porém, podem ser “encaixadas” umas às outras para formar narrativas coerentes com o novo *medium*. Caso o usuário se interessasse por um elemento em particular e manifestasse o desejo de ler todo o conteúdo, poderia clicar em um link para ser levado até a notícia original de onde aquele átomo foi extraído. A abordagem tende a eliminar o trabalho repetitivo de descrever os elementos básicos, como geralmente ocorre em suportes impressos e eletrônicos. É verdade que o webjornalismo já utiliza este recurso há algum tempo, basta lembrar do já citado “*live-blogging*”, mas o átomo é fundamental para que a informação caiba exatamente na dimensão reduzida do smartphone.

Como era de se esperar, nem todos os mediadores que se associavam à controvérsia tinham certeza de que o *Circa News* era a melhor solução para a circulação e consumo de notícias em dispositivos móveis. Sarah Lacy, jornalista especializada em tecnologia, apresentava uma visão bastante cética em relação aos átomos de informação:

“Se eu estou presa no trânsito numa estrada, ou à espera de alguém que está atrasado para uma reunião, ou balançando meu bebê para dormir, normalmente estou percorrendo artigos [com o smartphone]. Não há nada doloroso nisto - na verdade, para mim é uma maneira mais conveniente de checar as notícias. Contanto que eu

---

<sup>214</sup> <http://www.knightdigitalmediacenter.org/blogs/slaffert/2011/06/lego-approach-storytelling>

<sup>215</sup> Tradução nossa a partir do original: “A good modular content management tool would make creating stories more like playing with Legos: journalists and editors could move pieces around, add context and updates, and otherwise play with the content (perhaps in response to how people are using it), without disturbing the permalinks for each content piece and without having to rework all the navigation manually.”

possa facilmente rolar a página com o polegar, o comprimento do artigo não me incomoda.”<sup>216</sup>

Ao analisar a proposta estrutural do *Circa*, Mathew Ingram<sup>217</sup> adicionou uma nova perspectiva ao questionar se a estrutura atômica não é, de fato, uma versão do jornalismo “*long-form*” do webjornalismo adaptado ao smartphone: “ao permitir que usuários ‘sigam’ uma notícia específica e obtenham atualizações sobre novos desenvolvimentos acerca daquela estória, o app está essencialmente construindo um formato noticioso extenso com o passar do tempo - só que em blocos do tamanho de bytes”<sup>218</sup>.

A tradução da informação em átomos conduz à terceira controvérsia: “A notícia é um ‘produto’ ou um ‘processo’?”. Esta questão está intimamente relacionada à evolução do conceito de notícia, sobretudo à dimensão temporal da informação amplamente debatida no capítulo 3. Neste relato de risco, são entidades tão heterogêneas como o *Trello*, os jornalistas, os dispositivos móveis e os algoritmos que abrem novamente a caixa-preta do jornalismo. Há mais de sete décadas, Robert Park (1940) afirmava que “as notícias vêm na forma de pequenas e independentes comunicações que podem ser fácil e rapidamente compreendidas”<sup>219</sup> (p. 677). No passado, os átomos precisavam ser organizados numa estrutura material fixa para o consumo. Ao evocar a dimensão estrutural da informação jornalística, Jeff Jarvis<sup>220</sup> sintetizou com muita precisão esta terceira controvérsia:

“A maior questão que tudo isso levanta é quando e em que circunstâncias nós precisamos de artigos. Ah, nós ainda precisamos. Artigos podem tornar fácil tirar o atraso sobre uma notícia complexa; eles tornam a leitura mais fácil do que uma série de fatos desconexos; eles mantêm juntos os fios de uma notícia e acrescentam perspectiva. Artigos são maravilhosos. Porém, não são mais necessários para todo evento. Eles foram necessários para jornais e noticiários, mas não para o fluxo livre, a correnteza sem-começo e sem-fim do digital. Por vezes, uma rápida atualização é suficiente; em outros momentos, uma coleção de vídeos pode resultar. Em outras circunstâncias, os artigos são bons.”<sup>221</sup>

---

<sup>216</sup> Tradução nossa a partir do original: “If I’m sitting in traffic, on a tarmac, waiting on someone who’s late for a meeting, or rocking my baby to sleep, I’m usually scrolling through articles. There’s nothing painful about it - in fact, it’s a more convenient way for me to check up on the news. As long as I can easily scroll a page with my thumb, the length of article doesn’t bother me.”

<sup>217</sup> <https://gigaom.com/2014/03/07/circa-would-like-you-to-know-that-its-about-more-than-just-short-news-hits-its-about-building-long-form-stories-over-time/>

<sup>218</sup> Tradução nossa a partir do original: “since it allows users to “follow” a specific story, and get updates only about new developments on that story, it essentially is building a long-form news story over time — just in bite-size chunks.”

<sup>219</sup> Tradução nossa a partir do original: “News comes in the form of small, independent communications that can be easily and rapidly comprehended.”

<sup>220</sup> <http://buzzmachine.com/2011/05/28/the-article-as-luxury-or-byproduct/>

<sup>221</sup> Tradução nossa a partir do original: “The bigger question all this raises is when and whether we need articles. Oh, we still do. Articles can make it easy to catch up on a complex story; they make for easier reading than a string of disjointed facts; they pull together strands of a story and add perspective. Articles are wonderful. But they are no longer necessary for every event. They were a



Na citação acima, “artigo” é um termo que pode substituir qualquer texto formado por sucessivos parágrafos e articulado como uma unidade fixa e pronta para circulação. No passado, o artigo era a unidade básica que tornava a notícia um “produto acabado”, uma mercadoria transacionável (ver capítulo 3). Os actantes, as mediações e as traduções permitem dividir esta “antiga” unidade em fragmentos bem menores que podem ser constantemente reordenados.

A principal meta no desenvolvimento das tecnologias comunicacionais sempre foi manter todos os sujeitos em permanente contato, a “ubiquidade como ideologia” apresentada no capítulo 1. Faltavam, porém, mediadores e híbridos decisivos para levar adiante projetos capazes de flertar com este permanente anseio. Com o surgimento de novos actantes, os coletivos sociotécnicos contemporâneos criam associações que traduzem o conceito de informação jornalística.

Para a audiência, a notícia não é mais uma entidade “pronta e acabada” e com “duração” preestabelecida para consumo. É um processo que se deve “seguido” em qualquer espaço e a qualquer momento. Para os produtores, notícia não é mais o “produto final” resultante de uma série de tarefas especializadas executadas por jornalistas profissionais. Quando traduzida, a notícia se torna um movimento contínuo no qual entidades das mais diversas naturezas (humanas e não-humanas) selecionam, filtram e circulam pequenos pedaços de informação em fluxo permanente. Neste sentido, a abordagem microsociológica do newsmaking de Ericson, Baranek e Chan (1987) presente na figura 4 (capítulo 3) é muito diferente do “novo processo noticioso” apresentado por Jeff Jarvis<sup>222</sup> na figura 23:

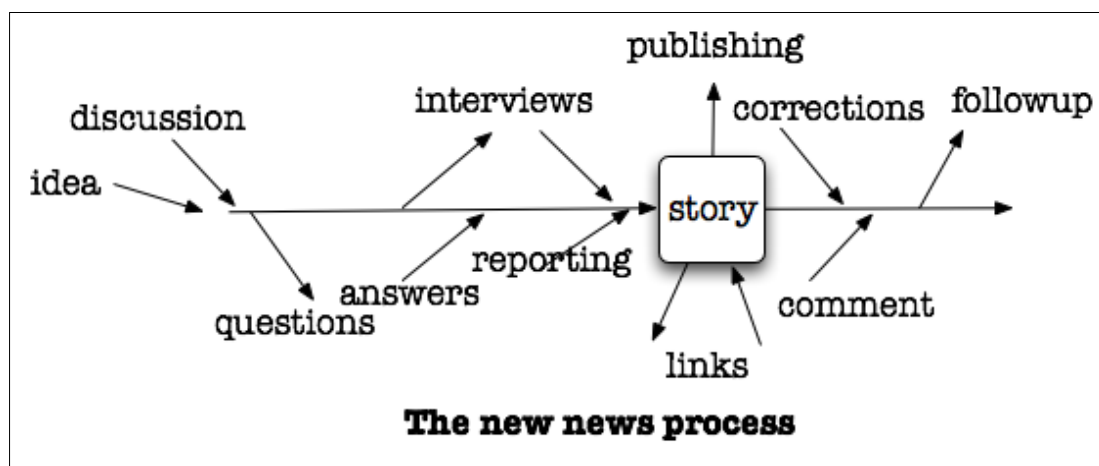


Figura 23: O “novo processo” de produção da notícia

Fonte: Jeff Jarvis

necessary form for newspapers and news shows but not the free flow, the never-starting, never-ending stream of digital. Sometimes, a quick update is sufficient; other times a collection of videos can do the trick. Other times, articles are good.”

<sup>222</sup> <http://buzzmachine.com/2009/06/07/processjournalism/>

Nesta tradução da “notícia produto” em “notícia processo”, as atividades executadas pelos jornalistas do *Circa News* estavam muito próximas da concepção teórica de *gatewatching* (Bruns, 2003). Contudo, o jornalista não é o ator principal neste coletivo, porque ele só “se faz” *gatewatcher* diante das inúmeras mediações que promovem deslocamentos decisivos em sua rotina de trabalho.

A exploração empírica ajuda a demonstrar por que a Teoria Ator-Rede se revela uma abordagem mais adequada para tratar as complexidades inerentes ao jornalismo pós-industrial. Ao invés de olhar para o jornalista e descrever sua rotina - postura predominante nas “teorias do jornalismo industrial” - é necessário ajustar o foco para as mediações que transformam este jornalista numa entidade compósita que não tem qualquer serventia quando desconectado de um emaranhado de actantes humanos e não-humanos (Lemos, 2013). É justamente neste coletivo intensamente povoado de mediadores que surge a quarta controvérsia: “Átomos de informação formam moléculas narrativas?”. Ao explicar a rotina de trabalho, Evan Buxbaum<sup>223</sup>, ex-editor de conteúdos do *Circa*, fornece rastros importantes para compreender esta controvérsia:

“Nossa pequena equipe de editores humanos rastreia fontes de informação para identificar elementos cruciais requisitados para compreender um acontecimento maior. Empenhamo-nos para evitar a parcialidade ao focar nas bases dos elementos da notícia - os fatos. Mas as escolhas ainda estão presentes sobre que pedaços de informação são pertinentes para criar uma notícia coerente capaz de refletir a contínua natureza do evento noticiado. Para o espaço de notícias móveis que inauguramos, nossa visão sobre o núcleo dos fatos é ideal para o consumo preciso, confiável e rápido de notícias. Nós também compreendemos que alguns leitores querem mais detalhes e encorajamos nossos usuários a visitarem as fontes que citamos para adicionar profundidade.”<sup>224</sup>

A concepção de informação jornalística do *Circa News* está em perfeita sintonia com a premissa colaborativa defendida por Jeff Jarvis<sup>225</sup>: “faça-o-que-você-faz-melhor-e-conecte-para-o-resto” (“*do-what-you-do-best-and-link-to-the-rest*”). Mas ela também é responsável por conduzir à estabilização que marcou o encerramento do aplicativo. A suposta “imparcialidade” sugerida por Buxbaum se mostrou o calcanhar de Aquiles na tentativa de traduzir a informação jornalística numa estruturada baseada em átomos “anódinos”.

---

<sup>223</sup> <https://medium.com/circa/atomizing-a-tragedy-9f65e27b2642#.peev2sh53>

<sup>224</sup> Tradução nossa a partir do original: “Our small team of human editors scour sources of information to identify crucial elements needed to understand a bigger story. We strive to avoid bias by focusing on the foundation of news items — the facts. But choices still exist about what bits of information are pertinent for creating a story meant to reflect the ongoing nature of a news event. For the mobile news space we’ve pioneered, our eye on core facts is ideal for accurate, reliable and rapid news consumption. We also understand some readers want more details and encourage our users to visit the sources we cite for added depth.”

<sup>225</sup> <http://buzzmachine.com/2011/05/28/the-article-as-luxury-or-byproduct/>



Em texto publicado no canal on-line do jornal britânico *The Guardian*, o executivo de mídia Frederic Filloux<sup>226</sup>, o mesmo que considerava o *Flipboard* um “rival ameaçador aos produtores de conteúdo” (ver relato anterior), exaltava o fato de o *Circa* criar de 40 a 60 novas entradas diariamente e produzir dezenas de novos átomos para manter atualizados os usuários-seguidores. De acordo com Filloux, o principal atrativo era fornecer um conteúdo “higienizado e desodorizado” exemplar para superar antigos problemas da parcialidade jornalística: “É um ajuste perfeito para uma geração de leitores para quem os fatos são livres e abundantes, as opiniões são suspeitas e as notícias extensas são uma relíquia do passado”<sup>227</sup>.

Esta questão se mostrou decisiva para o *Circa*. As moléculas livres de qualquer “impureza” não agradavam muitos usuários. Joshua Benton, diretor do *Nieman Journalism Lab* atacava justamente a ausência de caráter editorial e ideológico do aplicativo:

“[...] o formato de notícia tradicional está realmente em declínio. Mas eu sou cético que o estilo do *Circa* de atomizar-e-reorganizar seja uma resposta efetiva. (...) Retalhar a notícia em pequenos pedaços arrisca a drenar toda a voz humana. Pense, por exemplo, como *The Economist* e *BuzzFeed* iriam escrever suas versões de um determinado acontecimento. Eles seriam bastante diferentes, obviamente, mas também seriam reconhecíveis. As notícias do *Circa* são brandas e destituídas de personalidade.”<sup>228</sup>

“Por que o *Circa* falhou?”<sup>229</sup> era o título de uma crítica publicada no *The Verge*, site especializado em tecnologia digital. Um dos principais motivos do insucesso, segundo a análise *post mortem*, foi a carência de postura editorial condizente com as plataformas inovadoras mais prósperas: “O *Circa* era frio e racional em um tempo no qual o jornalismo estava se tornando mais voltado ao entretenimento e mais emotivo”<sup>230</sup>.

É sempre surpreendente observar os actantes, as mediações e suas traduções... Um aplicativo que lutava contra a monótona repetição de conteúdos - a “sumarização” - não conseguiu justamente criar uma identidade própria. Um aplicativo lançado em 2012 para tentar traduzir o conceito de agregação de notícias foi extinto em 2015 enquanto assistia à emergência de rivais que continuavam a sumarizar conteúdos. Um aplicativo anunciado

---

<sup>226</sup> <http://www.theguardian.com/technology/blog/2013/jun/24/circa-iphone-app-news>

<sup>227</sup> Tradução nossa a partir do original: “It’s a perfect fit for a generation of readers for whom facts are free and abundant, opinions are suspect and long-form stories a relic of the past.”

<sup>228</sup> “[...] the traditional story form is indeed feeling creaky. But I’m skeptical that *Circa*-style atomization-and-reassembly is an effective response to it [...]. Chopping up a story into bits risks draining all human voice from it. Think about how, say, *The Economist* and *BuzzFeed* would write up their takes on a given story. They’d be quite different, obviously, but they’d also be identifiably theirs. *Circa* stories are bland and sapped of personality.”

<sup>229</sup> <http://www.theverge.com/2015/6/24/8842009/why-circa-failed>

<sup>230</sup> Tradução nossa a partir do original: “*Circa* was cold and rational at a time when journalism was becoming more entertaining and emotional.”

aos quatro ventos como “inovador” foi trancafiado numa caixa-preta lacrada com o temido rótulo “fracasso”.

Em uma nota de despedida publicada na web e endereçada aos usuários, Matt Galligan<sup>231</sup> reconhecia a dificuldade de traduzir os átomos de informação em moléculas jornalísticas capazes de criar um modelo de negócio sustentável:

“A produção de notícia de alta qualidade pode ser um empreendimento caro e, sem o capital necessário para apoiar a produção futura, somos incapazes de continuar. Nossa missão sempre foi a de criar uma empresa de notícias onde a informação factual, imparcial e sucinta poderia ser encontrada. Ao empreender, nós reconhecemos que construir um fluxo de receitas para tal missão iria levar algum tempo.”<sup>232</sup>

Como toda caixa-preta, a estabilização do coletivo sociotécnico é temporária. Numa espécie de “obituário” no qual o *Nieman Journalism Lab*<sup>233</sup> homenageia a memória do app apresenta-se o argumento básico que pode despertar as mediações: “o *Circa* foi saudado como um exemplo do mundo ‘pós-artigo’”<sup>234</sup>. A aposta num cenário “pós” continua viva. Em novembro de 2015<sup>235</sup>, o conglomerado de mídia *Sinclair Broadcast Group*, que detém 164 emissoras de televisão nos Estados Unidos, comprou a “propriedade intelectual” e os ativos do *Circa*, prometendo relançar o app em 2016. Como este coletivo sociotécnico vai “despertar”? Que controvérsias surgirão? Somente um novo relato de risco poderá descrever o desdobramento desta rede.

### 6.3 Inside: Notícias traduzidas em cartões

“Estive batendo minha cabeça contra uma parede nos últimos dois anos, tentando fazer funcionar um experimento de app de notícias e, apesar de receber ótimas avaliações, eu falhei”<sup>236</sup>. Foi com estas palavras que Jason Calacanis<sup>237</sup>, empreendedor do setor de tecnologia com experiência no ramo jornalístico, anunciava o fim do *Inside*. O aplicativo

---

<sup>231</sup> <https://web.archive.org/web/20150717230034/https://circanews.com/news/goodbye>

<sup>232</sup> Tradução nossa a partir do original: “Producing high-quality news can be a costly endeavor and without the capital necessary to support further production we are unable to continue. Our mission was always to create a news company where factual, unbiased, and succinct information could be found. In doing so we recognized that building a revenue stream for such a mission would take some time.”

<sup>233</sup> <http://www.niemanlab.org/encyclo/circa-2/?=fromembed>

<sup>234</sup> Tradução nossa a partir do original: “Circa has been hailed as an example of the “post-article” news world.”

<sup>235</sup> <http://www.niemanlab.org/2015/11/is-circa-back-the-mobile-app-might-be-returning-via-local-tv-stations/>

<sup>236</sup> Tradução nossa a partir do original: “I’ve been beating my head against a wall for the last two years trying to make a news app experience work, and despite great reviews, I’ve failed.”

<sup>237</sup> <http://venturebeat.com/2016/02/14/jason-calacanis-admits-inside-com-news-app-failed-pivots-to-an-email-service/>

foi lançado em janeiro de 2014 e encerrou as atividades no início de 2016. Assim como o *Circa*, o *Inside* tentou criar um modelo inovador de agregação de informação jornalística adaptado à reduzida dimensão de tela do smartphone. A controvérsia inicial também foi a mesma: “O que é agregação de informação jornalística?”. Porém, as mediações conduziram a outros deslocamentos, a novas traduções.

O *Inside* tinha sua própria “unidade fundamental”, mas ela era bem diferente da estrutura atômica. A meta era traduzir a informação jornalística em “cartões” (*cards*) que coubessem integralmente na interface gráfica do dispositivo móvel. O conteúdo se apresentava como um sumário no formato de “lead supercondensado” produzido a partir de uma matéria jornalística original. Esta matéria era eleita pelos curadores do aplicativo como aquela que possuía o melhor conteúdo entre todas as notícias e reportagens que versavam sobre um determinado assunto em evidência naquele momento.

O aplicativo se autodescrevia como um poderoso filtro capaz de “separar o trigo do joio” em tempo real: “Há muito jornalismo bom por aí; nós o ajudamos a encontrá-lo! O *Inside* distribui as notícias mais importantes e fascinantes do mundo, todas selecionadas e escritas por nossa equipe de curadores. Fique em dia com os acontecimentos atuais ou descubra novos conteúdos”<sup>238</sup>.

A estrutura básica de um cartão possuía três elementos: 1) uma imagem; 2) um texto com limite máximo de 270 caracteres, 3) um link para a fonte original. A primeira sentença deste curtíssimo texto funcionava como uma espécie de “manchete incorporada” (*“embedded headline”*). No interior da imagem havia uma palavra-chave em destaque que servia como um “tópico primário”. Ao lado da palavra-chave estava o botão *“follow”*, que permitia ao usuário receber alertas sobre aquele assunto específico. Outros três a cinco “tópicos secundários” estavam disponíveis no decorrer do texto na forma de hiperlinks. De acordo com o *Inside*, o usuário tinha à disposição cerca de 70 mil tópicos que cobriam desde temáticas gerais até assuntos mais específicos.

---

<sup>238</sup> Tradução nossa a partir do original: “There is a lot of great journalism out there; we help you find it! Inside delivers the world’s most important and fascinating stories, all selected and written by our team of curators. Catch up on current events or discover new content.”

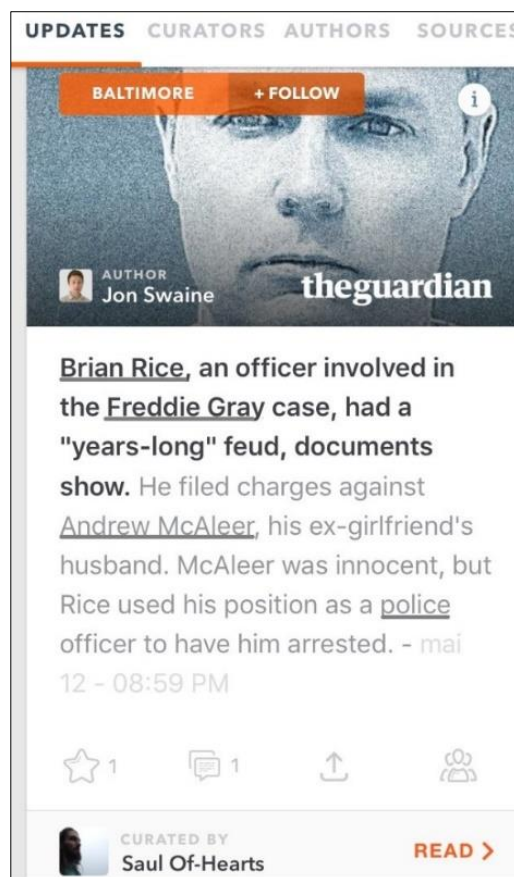
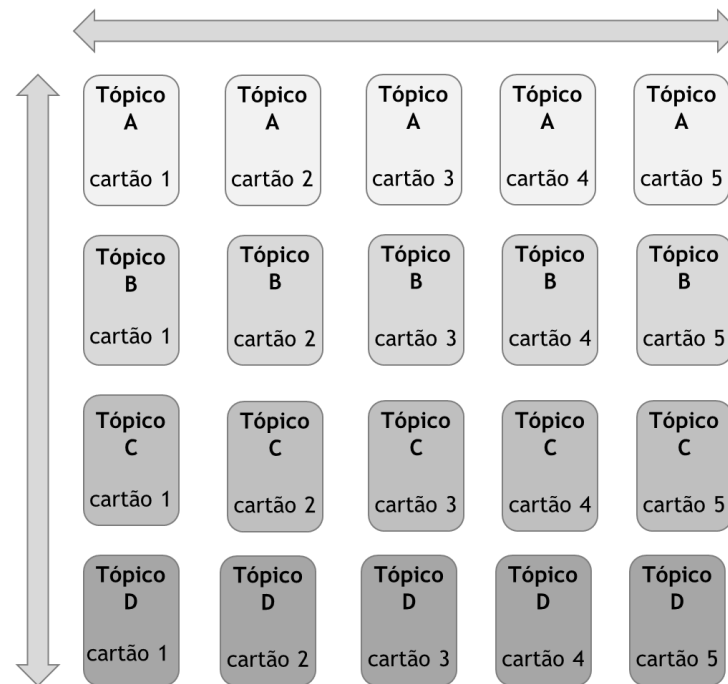


Figura 24: Exemplo de “cartão” no *Inside*  
 Fonte: Printscreen *Inside*

A figura 24 exemplifica o cartão. Nela, “*Baltimore*” é o tópico principal, enquanto “*Brian Rice*”, “*Freddie Gray*”, “*Andrew McAleer*” e “*police*” são tópicos secundários indexados por hiperlinks. Este “lead supercondensado” possui exatamente 41 palavras e 260 caracteres (com espaços). A manchete incorporada surge destacada em negrito nas três primeiras linhas. Ao pressionar qualquer uma das palavras-chave dos tópicos (primário ou secundários), o usuário seria imediatamente conduzido a outras informações indexadas com a mesma *tag*. Para acessar o conteúdo original - no caso do exemplo acima um texto publicado no site do jornal *The Guardian* - bastava pressionar sobre o botão “*Read*” na parte inferior da tela. Todas as informações cabiam num *layout* que simulava um cartão e que estava perfeitamente adaptado ao smartphone.

A materialidade do suporte comunicacional é fundamental para compreender as mediações. Enquanto o *Flipboard* assumia a tarefa de traduzir o tablet em uma revista social, o *Inside* transformava o smartphone numa pilha de cartões. Apenas dois gestos manuais básicos comandavam a interação com a interface gráfica: deslizar os dedos em sentido vertical (de cima para baixo ou vice-versa) significava transitar entre cartões de

tópicos diferentes, enquanto deslizar os dedos no sentido horizontal (esquerda para a direita e vice-versa) implicava visualizar os cartões sobre um mesmo tópico (figura 25). Basta imaginar um baralho organizado por naipes sobre uma superfície plana. Cada naipe está posicionado sobre um ponto diferente do eixo “y” e as diversas cartas que compõem um naipe estão dispostas lado a lado num hipotético eixo “x”.



**Figura 25:** Interface de navegação dos cartões do *Inside*

Fonte: Elaborado pelo autor

A interface táctil menor dos smartphones tende a simplificar a gramática háptica (figura 9) quando comparada à ampla superfície dos tablets. Os gestos multitoque (utilização simultânea de mais de um dedo) são substituídos pela primazia do polegar. A tela táctil, este importante actante, provoca mediações na experiência sensorial que geram traduções distintas a depender das especificidades do *medium*. Revistas são grandes demais para os smartphones, da mesma maneira que cartões são pequenos demais para os tablets.

De volta ao conteúdo presente na figura 24, duas informações essenciais sobre autoria estão contidas no cartão: “Curated by Saul Of-Hearts” (na parte inferior) e “Author - Jon Swaine” (dentro da imagem). Este último é o autor da reportagem original do *The Guardian*, o que demonstra a intenção de deixar claro para o usuário que as informações sumarizadas estão referenciadas em uma fonte jornalística tradicional. Portanto, o *Inside*

também alista as corporações de mídia como colaboradores. Contudo, em vez de fragmentar os conteúdos produzidos por terceiros para gerar átomos de informação numa “narrativa molecular”, o objetivo é sumarizar e conectar, oferecendo uma forma rápida para encontrar o “melhor conteúdo” a partir dos interesses pessoais do usuário.

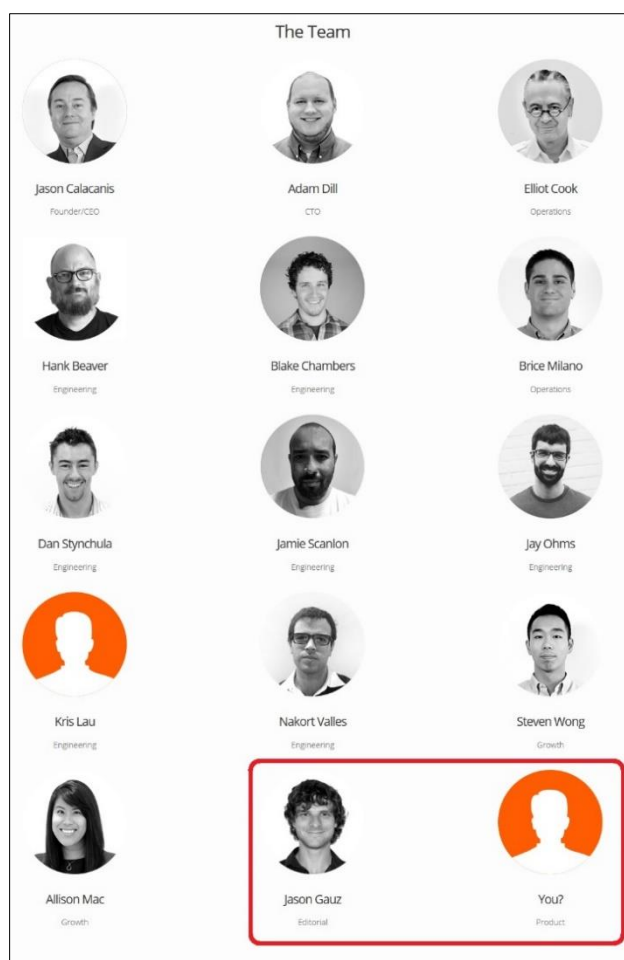
Os usuários também podiam sugerir links através de um mecanismo interno do aplicativo. Estes links eram analisados e, caso apresentassem uma informação considerada relevante e ao mesmo tempo fossem provenientes de uma fonte consistente, poderiam ser transformados em um novo cartão por um curador. Neste ponto do relato, a controvérsia sobre curadoria de informação jornalística volta a provocar traduções inesperadas.

O segundo autor identificado na figura 24, Saul Of-Hearts, é o curador responsável por seleccionar, editar e publicar o cartão. Mais uma vez é necessário reduzir o ritmo da investigação para observar os actantes e as associações. Afinal, quem são os curadores do *Inside*? Esta é outra divergência fundamental na concepção de agregação. Enquanto o *Circa* possuía uma equipe editorial formada por poucos jornalistas com dedicação exclusiva, o *Inside* firmava contratos com muitos *freelancers* que trabalham em “*part-time*”. Segundo Jason Calacanis, os curadores de cartões deveriam ser “viciados em notícias” que formam um batalhão capaz de produzir cerca de mil novas entradas por dia.<sup>239</sup>

Para verificar a diferença nas mediações que ocorrem no interior dos apps, basta comparar o “*news team*” do *Circa* (figura 20) com a equipe do *Inside* (figura 26). Nesta última, há apenas um profissional destacado para tratar de aspectos editoriais e supervisionar a frenética atividade dos *freelancers* (Jason Gauz). Na imagem posicionada ao lado direito deste editor, surge o contorno não-identificado de um avatar com a sugestiva mensagem: “*You?*”. Sim, qualquer pessoa que se enquadrasse aos requisitos básicos poderia se tornar um curador *freelancer* na difusa equipe do *Inside*.

---

<sup>239</sup> <http://www.niemanlab.org/2014/01/i-see-this-as-the-next-cnn-jason-calacanis-inside-com-aims-to-solve-news-on-mobile-devices/>



**Figura 26:** Equipe do Inside com destaque para “Editorial” e “You?”

Fonte: Reprodução web<sup>240</sup>

A importância de seguir as entidades para observar a formação dos coletivos, regra base na aplicação metodológica da Teoria Ator-Rede, é mais uma vez reforçada pelo estudo empírico. As empresas jornalísticas, por exemplo, são mediadores fundamentais tanto no *Circa* quanto no *Inside*, mas as associações e as mediações não são iguais. Como é de se esperar, mediações diferentes conduzem a traduções igualmente distintas: átomos de informação que formam moléculas narrativas ou cartões com leads supercondensados. Nenhum elemento, seja ele humano ou não-humano, pode ser definido de antemão, daí a importância do termo actante para destacar “a indeterminação morfológica das entidades” (ver subseção 4.1.3.1).

Um exemplo ajuda a explicar esta indeterminação associativa. O *The New York Times*, geralmente descrito como uma “grande corporação jornalística”, pode ser transformado em um dos muitos parceiros do *Flipboard* graças à mediação do API, mas também pode ser traduzido em um mero “colaborador” tanto para a purificação de átomos pelos *gatewatchers* do *Circa*, quanto para a elaboração de cartões pelos curadores do *Inside*.

<sup>240</sup> <http://blog.inside.com/team/>

Estas diferentes formas do *The New York Times* evidenciam que ele não é elemento fixo justamente porque “não é a fonte de um ato e sim o alvo móvel de um amplo conjunto de entidades que enxameiam em sua direção” (Latour, 2012, p. 75).

Traduzir notícias em cartões e traduzir informações em átomos são arranjos sociotécnicos muito distantes um do outro. O sumário do *Inside* era um “ponto de partida” para outros conteúdos. O aplicativo agia como uma força centrífuga: o usuário passava os cartões até escolher um que despertasse o interesse para conectá-lo a um conteúdo externo. A estrutura narrativa do *Circa* era, por sua vez, um “destino final”. O usuário acompanhava o desenvolvimento da cobertura dentro do próprio app, átomo por átomo, e a conexão externa era uma eventualidade, não a regra.

A inovação pretendida pelo *Inside* desdobrou a controvérsia inicial e a tentativa de traduzir notícias em cartões começou a ser questionada. Em uma avaliação preliminar publicada no site do *Nieman Journalism Lab*, Staci Kramer<sup>241</sup> criticou a imprecisão do lead supercondensado, principalmente a falta de coerência para selecionar os tópicos secundários dentre os termos presentes no texto. Esta imprecisão tornava inconsistente a interconexão entre os cartões, um dos pilares da tradução pretendida pelo aplicativo: “Com as palavras-chave certas, as notícias poderiam surgir nos lugares corretos no baralho de cartas. (...) ‘Edward Snowden’ não estava sempre com referência cruzada com ‘NSA’”<sup>242</sup>. Ora, enquanto os átomos do *Circa* não produziam moléculas narrativas satisfatórias do ponto de vista editorial, os cartões do *Inside* não conseguiam gerar um baralho coerente. É como se cada carta mudasse de naipe, deixando o usuário sem a capacidade de formar sequências coerentes.

A caixa-preta do *Inside* se fechava, mas outras controvérsias surgiam. No mesmo texto que anunciava o fim do aplicativo<sup>243</sup>, Jason Calacanis colocava parte da culpa pelo fracasso numa robusta controvérsia que despertava outros mediadores:

“Apps de notícias falham por que as redes sociais prosperam. As pessoas querem obter notícias filtradas através de suas redes sociais. Apenas é mais fácil e divertido clicar sobre links de notícias que seus amigos estão compartilhando. (...) Lição aprendida: redes sociais estão engolindo o mundo.”<sup>244</sup>

Esta controvérsia conduz a dois relatos de risco que convocam aplicativos agregadores capazes de reabrir a caixa-preta da informação jornalística nos dispositivos móveis.

---

241 <http://www.niemanlab.org/2014/01/inside-inside-the-new-mobile-app-could-use-a-little-consistency/>

242 Tradução nossa a partir do original: “With the right tags, the stories would show up in the right places in the deck of cards. (...) “Edward Snowden” isn’t always cross-referenced with ‘NSA.’”

243 <https://medium.com/@jason/knowning-when-and-how-to-pivot-or-why-didn-t-news-apps-work-8c6cb4f8227e#.vadwrhf15>

244 Tradução nossa a partir do original: “News apps failed because social networks succeeded. People want to get their news filtered through their social network. It’s just easier and more fun to click on news links your friends are sharing. (...) Lesson Learned: Social network is eating the world.”



## 6.4 Prismatic: A tradução das notícias em redes sociais

A afirmação de que “apps de notícias falham por que as redes sociais prosperam” é controversa e serve como fio condutor para este relato de risco. Trata-se de um enunciado coerente com algumas evidências recentes, como o fracasso do *Circa* e do *Inside*. Contudo, o sucesso de empreendimentos inovadores como o *Flipboard*, ao menos por enquanto, permite enquadrar este enunciado somente como uma hipótese. Caso apps de notícias e redes sociais sejam realmente variáveis inversamente proporcionais, tal como sugerido por Jason Calacanis, pode-se especular que uma aproximação eficiente entre estas duas entidades poderia solucionar o problema.

Qual seria o resultado caso um aplicativo agregador de informação jornalística conseguisse operar exclusivamente referenciado em redes sociais on-line? Para observar esta controvérsia, é preciso voltar no tempo no intuito de descrever um aplicativo que teve o mesmo destino daqueles que foram descritos nos dois relatos anteriores. Lançado em abril de 2012, o *Prismatic* foi descontinuado em dezembro de 2015. O aplicativo foi concebido como um sistema de recomendação de notícias baseado em ações realizadas nas redes sociais e o anúncio oficial para justificar o encerramento teve um tom muito semelhante ao adotado pelos antigos rivais que também fracassaram:

Quatro anos atrás nós começamos a construir um leitor de notícias personalizado que modificaria a forma como as pessoas consomem conteúdo. Para muitos de vocês, nós fizemos exatamente isso. Porém, também aprendemos que a distribuição de conteúdo é um negócio árduo e não conseguimos crescer a uma taxa que justificasse a manutenção do Prismatic.<sup>245</sup>

Novamente, o API surgia como o mediador fundamental para coordenar a transmissão de dados entre o app e conteúdos publicados em plataformas externas. Os algoritmos do *Prismatic* eram desenvolvidos para “aprender” com o comportamento dos usuários no *Facebook*, *Twitter* e *Google+*. O software era programado para identificar, analisar e responder às dinâmicas de conexão e partilha que ocorriam no interior destes sites. O *login* realizado no API era o ponto de partida para alistar e desdobrar os mediadores na tentativa de traduzir notícias em redes sociais.

A lógica subjacente ao aplicativo estava centrada na utilização de algoritmos randômicos (ver capítulo 2) que produzem outputs variáveis em tempo real a partir de uma sucessão contínua de inputs heterogêneos. Três actantes agiam diretamente sobre o processo de filtragem de informação: o usuário, as pessoas conectadas ao perfil do usuário e o

---

<sup>245</sup> Tradução nossa a partir do original: “Four years ago, we set out to build a personalized news reader that would change the way people consume content. For many of you, we did just that. But we also learned content distribution is a tough business and we’ve failed to grow at a rate that justifies continuing to support Prismatic.”

software responsável por analisar as interações. A alteração em qualquer uma destas entidades modificaria as mediações e produziria resultados diferentes.

A dinâmica e complexa relação entre este trio de actantes se tornava evidente na “nuvem de tópicos” (figura 27) gerada automaticamente pelo *Prismatic*. Esta representação gráfica era configurada pelos algoritmos a partir dos dados extraídos das redes sociais. Cada círculo correspondia a um tópico identificado e o seu tamanho estava relacionado à importância daquele assunto em relação aos demais. Se um usuário interagisse com muitos conteúdos sobre política no *Facebook*, por exemplo, e com poucos materiais sobre esporte, seria atribuído ao primeiro tópico um peso maior durante a seleção e organização das informações.



**Figura 27:** Nuvem de tópicos gerada pelo *Prismatic*

Fonte: Printscreen *Prismatic*

Como o algoritmo era randômico e as interações nas redes sociais poderiam ser modificadas na medida em que eram firmadas novas conexões, a alteração dos parâmetros adaptava constantemente a nuvem de tópicos. Além deste conjunto de assuntos determinados automaticamente, o usuário também podia escolher entre diversos assuntos em um extenso menu temático. Bradford Cross<sup>246</sup>, executivo e desenvolvedor do aplicativo, atribuía o caráter inovador do *Prismatic* justamente à intercessão destes níveis de personalização: “Cada notícia tem uma explicação para estar ali e você vê o tópico e a

---

<sup>246</sup> <http://www.cnet.com/news/prismatic-joins-interests-and-social-networking/>

pessoa aos quais está conectado. (...) Meu *feed* é incrivelmente diverso devido ao super-rico modelo de relevância que percebe aquilo em que eu estou interessado”<sup>247</sup>.

Alguns usuários destacavam esta característica como um ponto central na hora de decidir entre os aplicativos agregadores disponíveis. Em um comentário publicado no fórum especializado *Hacker News*<sup>248</sup>, o usuário identificado pelo nickname “Wilder”, destacava a suposta vantagem competitiva: “Este app é fenomenal. Outros leitores (como o *Flipboard*) se sacrificam em nome do design. Eu gosto de brincar primeiro com eles, mas a densidade da informação não é alta o suficiente para mim. O *Prismatic* atinge a densidade correta”<sup>249</sup>.

Os mediadores envolvidos no modelo de agregação do *Prismatic* despertam uma série de deslocamentos relacionados à circulação e ao consumo de informação jornalística. O primeiro deslocamento diz respeito às associações que governam a personalização de conteúdos. Ao alistar as redes sociais on-line, o aplicativo poderia instaurar uma versão “coletiva” daquilo que Pariser (2011) chama de “filtro bolha” e que foi denominado no capítulo 2 de “redoma autorreflexiva”. Não seria a “densidade correta” mencionada acima a manifestação de um desejo de limitar a exposição a conteúdos que divergem do ponto de vista pessoal do usuário?

Os laços estabelecidos nas redes sociais podem servir apenas para corroborar uma visão de mundo bastante particular, visto que estar conectado a algumas centenas de pessoas no *Facebook* e no *Twitter* não garante pluralidade nem polifonia. Como os algoritmos estão ajustados para reagir sobre uma base de dados limitada e que ao mesmo tempo é construída por agentes com algum grau de identificação entre si, é possível que as informações selecionadas se tornem igualmente limitadas.

Para entender o algoritmo é necessário olhar para outros mediadores: a equipe do *Prismatic*. O aplicativo se apresentava como agregador de notícias, mas nenhum de seus idealizadores possuía qualquer experiência prévia no campo do jornalismo. A startup era liderada por engenheiros informáticos que aplicavam conhecimentos computacionais avançados para tentar criar um mecanismo automático e dinâmico capaz de fornecer informações jornalísticas “sob medida” para o usuário. No site mantido pelo aplicativo, surgiam discussões que nada lembravam os meandros jornalísticos. Por vezes, eram

---

<sup>247</sup> Tradução nossa a partir do original: “Each story has an explanation for why the story is there, and you see the topic and people connected to you. (...) My feed is amazingly diverse because of the super-rich relevance model that understands what I am interested in.”

<sup>248</sup> <https://news.ycombinator.com/item?id=4423094>

<sup>249</sup> Tradução nossa a partir do original: “This app is phenomenal. Other readers (e.g. Flipboard) make too many sacrifices at the altar of design. I enjoy playing with them at first but the information density just isn't high enough for me. Prismatic gets the density right [...]”

postados textos<sup>250</sup> sobre linguagem de programação e códigos desenvolvidos para incrementar a filtragem e circulação de conteúdo (figura 28).

```
(with-full-name {:last-name "Lambda"})  
==> {:name " Lambda", :last-name "Lambda"}  
  
(s/with-fn-validation  
  (with-full-name {:last-name "Lambda"}))  
;; RuntimeException: Input to with-full-name does not match schema:  
;; [(named {:first-name missing-required-key} m)]
```

Figura 28: Código desenvolvido pela equipe do *Prismatic*

Fonte: Reprodução web<sup>251</sup>

Códigos de programação são mediadores que traduzem notícias em redes sociais e este é um dos dilemas impostos ao jornalismo contemporâneo. Tal como ocorre nas lombadas descritas no capítulo 4, os códigos inscrevem programas de ação que levam outras entidades humanas e não-humanas a agir. Algoritmos randômicos são mediações técnicas que delegam ações, mas não determinam os resultados. Eles modificam outras entidades, traduzem posts e interações nas redes sociais em notícias para dispositivos móveis.

Cabe destacar uma citação já utilizada no capítulo 3, mas que se torna muito mais clara diante das evidências empíricas: “Engenheiros que raramente pensam sobre jornalismo, impacto cultural ou responsabilidade democrática estão todos os dias tomando decisões que moldam como as notícias são criadas e disseminadas” (Bell, 2015, p. 36). Isso não quer dizer que o jornalismo se afasta dos jornalistas e vai na direção dos engenheiros. Estes últimos também não são autossuficientes, eles são somente actantes num coletivo heterogêneo. As mediações envolvendo entidades tão diversas como programadores informáticos, linguagens computacionais, jornalistas, notícias, usuários e redes sociais podem gerar traduções completamente inesperadas. Poucos meses após o lançamento do aplicativo, o jornalista especializado em tecnologia Trevor Gilbert<sup>252</sup>, publicou um curioso relato a este respeito:

De fato, o serviço é tão preciso e aprende a gerar categorias com tanta velocidade que se afasta dos objetivos da companhia. De acordo com o co-fundador da empresa, Bradford Cross, um usuário escreveu para explicar como adorava a seção de receitas do Prismatic. Cross sequer estava ciente de que a categoria estava sendo usada ou existia, mas ele a selecionou como um de seus interesses. Agora, a seção de receitas

---

<sup>250</sup><https://web.archive.org/web/20140415061514/http://blog.getprismatic.com/schema-for-clojurescript-data-shape-declaration-and-validation/>

<sup>251</sup><https://web.archive.org/web/20140415061514/http://blog.getprismatic.com/schema-for-clojurescript-data-shape-declaration-and-validation/>

<sup>252</sup><https://pando.com/2012/06/20/finding-news-is-one-thing-understanding-it-is-another-prismatic-does-both-and-fast/>

está recebendo mais atenção e o algoritmo está aprendendo ainda mais com os novos usuários.<sup>253</sup>

Com o passar do tempo, a identificação de tópicos pouco inclinados ao campo jornalístico e mais direcionados aos conteúdos que circulam nas redes sociais - com as receitas culinárias - se firmou como regra, em vez de exceção. A figura 29 mostra mais um exemplo desta tradução. A chamada em destaque na interface leva o usuário para um texto sobre “Cinco lugares absolutamente lindos na Terra que você jamais viu”, um típico post de redes sociais integrado ao fluxo noticioso.

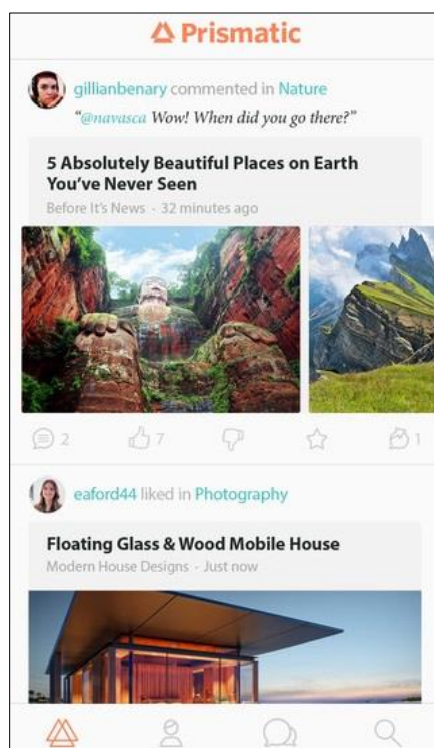


Figura 29: Código desenvolvido pela equipe do *Prismatic*

Fonte: Reprodução web<sup>254</sup>

Para a Teoria Ator-Rede, toda tradução gera imprevisibilidade e, por isso, pode ser vista como “desvio, traição, ambiguidade” (Latour, 1988, p. 253). Estaria a notícia, este “objeto de fronteira” (Star & Griesemer, 1989), em pleno deslocamento motivado por novos actantes que começam a se associar definitivamente ao jornalismo? No site de

---

<sup>253</sup> Tradução nossa a partir do original: “In fact, the service is so accurate and learns to generate categories so quickly that it sometimes gets away from the company. According to company cofounder Bradford Cross, one user wrote in to the company explaining how he loved the recipes section of Prismatic. Cross wasn’t even aware that the category was being used or existed, but he quickly marked it as one of his interests. Now, the recipe section is getting more attention, and the algorithm is learning even more from the additional users.”

<sup>254</sup> <https://web.archive.org/web/20140415061514/http://blog.getprismatic.com/schema-for-clojurescript-data-shape-declaration-and-validation/>

crítica de mídia *Observatório da Imprensa*, a jornalista e professora Sylvia Moretzsohn expôs a controvérsia no artigo intitulado “Onde estão os repórteres?”:

“Entre as mais notáveis mudanças pelas quais o jornalismo vem passando com a digitalização está essa nova forma de nomear a notícia, indevidamente chamada de “conteúdo” - porque “conteúdo” pode ser qualquer coisa, desde horóscopo, palavras cruzadas e frivolidades até informações da mais alta relevância.”<sup>255</sup>

O *Prismatic* foi anunciado como um aplicativo agregador de informação jornalística para dispositivos móveis e estava categorizado na seção “Notícias” da *App Store*. Apesar de se tratar de um terreno bastante especulativo, o fracasso do aplicativo pode estar relacionado à tradução radical de notícias em redes sociais. Contudo, surgem outras possíveis explicações. Martin Bryant, editor do site *The Next Web*, atribuiu o insucesso do app à ausência de curadoria humana que, segundo ele, é uma “tendência” recente entre os competidores desta categoria. Esta afirmação é verdadeira para o *Flipboard*, mas falsa para o *Circa* e o *Inside*. Mesmo diante das divergências, é possível verificar alguns pontos em comum entre os aplicativos agregadores de informação jornalística. Após quatro relatos, fica patente que API e curadoria integram semipadrões na estabilização das caixas-pretas.

## 6.5 Pulse: A notícia traduzida como “isca” nas redes sociais

No início de 2010, dois jovens estudantes de engenharia informática da Universidade de Stanford fundaram uma startup para lançar o *Pulse*, aplicativo agregador de informação jornalística desenvolvido exclusivamente para dispositivos móveis. O app operava como um leitor de RSS sobre temáticas e/ou canais previamente selecionados, mas também recomendava conteúdos com base na interação do usuário com o aplicativo.

Além de sólidos conhecimentos em ciências da computação, os fundadores do *Pulse* haviam frequentado aulas de design e, segundo Ankit Gupta<sup>256</sup>, um dos idealizadores do app, a fusão com a nova área foi essencial para conceber o produto final: “Vindo de uma formação em engenharia, pensar sobre o design foi uma maneira completamente nova de resolver problemas; totalmente diferente daquilo que me haviam ensinado antes e de uma forma muito mais criativa e livre”<sup>257</sup>.

Foi esta união que tornou o aplicativo atraente tanto do ponto de vista da seleção e circulação de informação (componente computacional) quanto da visualização de

---

<sup>255</sup>[http://observatoriodaimprensa.com.br/imprensa-em-questao/\\_ed801\\_onde\\_estao\\_os\\_reporteres/](http://observatoriodaimprensa.com.br/imprensa-em-questao/_ed801_onde_estao_os_reporteres/)

<sup>256</sup> <http://dschool.stanford.edu/student/ankit-gupta/>

<sup>257</sup> Tradução nossa a partir do original: “Coming from an engineering background, design thinking was a completely new way of solving problems; totally different from what I had been taught before and much more creative and free form.”

conteúdos (componente estética). A interface do *Pulse* se apresentava como um “mosaico noticioso” formado por fileiras temáticas. A usabilidade do aplicativo era idêntica no *iPad* e *iPhone*, mas a organização do mosaico variava automaticamente segundo a dimensão do dispositivo (figura 30). Cada fileira correspondia a um *feed* e bastava deslizar a ponta do dedo no sentido horizontal sobre a tela para navegar entre as chamadas. Ao pressionar um dos pequenos quadros, o usuário era imediatamente conduzido para o conteúdo original.

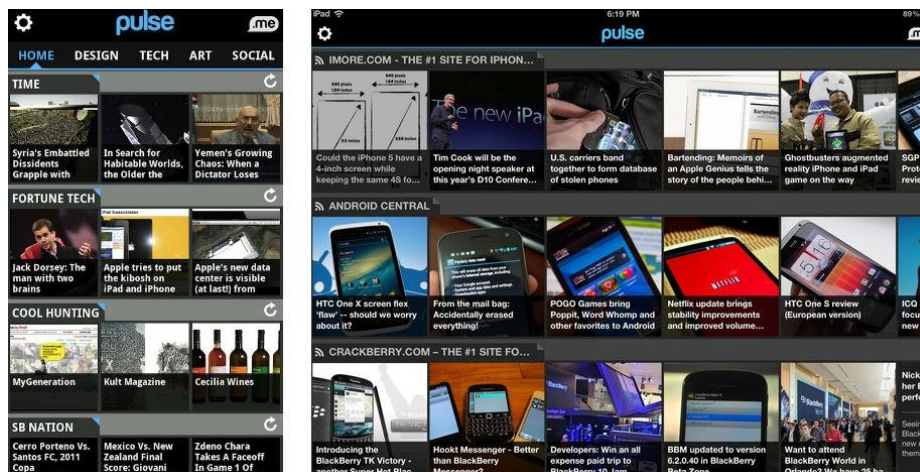


Figura 30: Interface do *Pulse* para *iPhone* e *iPad*

Fonte: Printscreens Pulse

Mais uma vez as fronteiras entre as disciplinas se revelam turvas. Os mediadores transitavam entre duas áreas - a computação e o design - e não tinham qualquer conhecimento teórico ou prático no campo jornalístico, contudo, agiam sobre o jornalismo sem pedir permissão. Esta “intromissão” expunha o agregador de notícias a outros actantes que tentavam modificar seu programa de ação. Uma associação inesperada ocorreu durante o lançamento do *iPhone 4*, em junho de 2010. Entre os aplicativos destacados por Steve Jobs<sup>258</sup>, estava justamente o *Pulse*<sup>259</sup>. O *The New York Times*, o mesmo mediador que assumira diferentes facetas nos relatos de risco sobre o *Flipboard*, o *Circa* e o *Inside*, voltava à cena, agora na forma de um poderoso conglomerado midiático.

Em um comunicado oficial, a empresa jornalística acusava publicamente o aplicativo: “O app leitor de notícias Pulse faz uso comercial do feed RSS do NYTimes.com e do Boston.com, em violação aos Termos de Uso. Portanto, a utilização de nosso conteúdo não está licenciado”<sup>260</sup>. Naquela época, o *Pulse* cobrava uma taxa de 4 dólares pelo download

<sup>258</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=j0L3LDabve8>

<sup>259</sup> <http://www.theguardian.com/media/pda/2010/jun/08/ipad-new-york-times>

<sup>260</sup> Tradução nossa a partir do original: “The Pulse News Reader app, makes commercial use of the NYTimes.com and Boston.com RSS feeds, in violation of their Terms of Use\*. Thus, the use of our content is unlicensed.”



via *App Store*, o que reforçava a denúncia de uso indevido de material protegido por leis de propriedade intelectual<sup>261</sup>.

Neste ponto do relato, cabe recapitular o alerta feito pela Teoria Ator-Rede sobre a indeterminação das mediações. A *Électricité de France* tentou traduzir a *Renault* como uma fabricante de chassis, mas a companhia automotiva agiu sobre a rede para provocar o efeito inverso, derrubando as pretensões dos engenheiros responsáveis pelo projeto do carro elétrico (Callon, 1986a). Uma mediação semelhante ocorreu no *Pulse*. Os engenheiros informáticos alistaram o *The New York Times* como um “fornecedor de conteúdo”, mas, em contrapartida, foram obrigados a modificar o programa de ação. A disputa deixou o aplicativo indisponível por algumas horas e, quando este voltou à *App Store*, o *feed* de notícias do NYT havia sido retirado do agregador.

As associações aproximavam o *Pulse* dos agregadores de notícias web, como o *Google News*, frequentemente acusados de utilizar material jornalístico sem permissão (ver capítulo 2). Apesar de ser um eficiente agregador adaptado aos dispositivos móveis, o aplicativo não apresentava elementos inovadores e já havia consolidado uma base fiel de usuários. A caixa-preta parecia estabilizada quando, em abril de 2013, um novo actante ingressou na rede de associações. O *LinkedIn*, plataforma social on-line que atua no segmento profissional e corporativo, adquiriu o app por US\$ 90 milhões.

Este movimento inesperado revela a importância de seguir os atores e as mediações sem a imposição de barreiras ou escalas. Enquanto o *Flipboard* alistou um concorrente - o *Zite* - para melhorar seu mecanismo de recomendação de conteúdos, o *Pulse* foi alistado por uma rede social. Nenhuma destas entidades possui significado quando dissociada dos coletivos sociotécnicos que lhe garantem a existência. Qual a “essência” destes aplicativos? Os relatos de risco expõem a incoerência desta questão.

A relação entre aplicativos agregadores e redes sociais alimenta a controvérsia. Por que uma rede social com mais de 200 milhões de usuários gastou uma quantia significativa para adquirir uma startup? Parte da resposta estava nos 25 milhões de usuários ativos do *Pulse*, distribuídos por 190 países, sendo que aproximadamente 40% do tráfego de dados ocorria fora dos Estados Unidos<sup>262</sup>. São números expressivos, mas a motivação central do negócio milionário estava em outro elemento: a notícia.

Durante o anúncio oficial da aquisição, Akshay Kothari<sup>263</sup>, co-fundador do aplicativo, abordou rapidamente o assunto: “Notícia (...) é parte de nossa conversação cotidiana. Nos últimos três anos, o *Pulse* se estabeleceu como uma parte fundamental desta conversação;

---

<sup>261</sup> O aplicativo se tornou gratuito em outubro de 2010.

<sup>262</sup> <http://techcrunch.com/2013/04/11/linkedin-acquires-pulse-for-90m-in-stock-and-cash/>

<sup>263</sup> <http://investors.linkedin.com/releasedetail.cfm?ReleaseID=756095>



ele vem crescendo desde um pequeno projeto até uma plataforma para milhões de leitores acessarem seu conteúdo favorito”<sup>264</sup>. Informação jornalística atrai a atenção das pessoas, estimula o debate e, o mais importante para se compreender a mediação em causa: gera tráfego, participação e engajamento.

Diferente de outras redes sociais on-line, como *Facebook* e *Twitter*, o *LinkedIn* sempre se estabeleceu como uma plataforma segmentada. O perfil construído pelo usuário simula um *curriculum vitae* digital, incluindo as empresas onde ele atuou, o tempo em cada posto de trabalho, a formação acadêmica, etc. Por isso, as conexões com outros perfis são motivadas, prioritariamente, por afinidades profissionais. Nesta rede de currículos interconectados, há pouco ou nada para fazer depois que o perfil está atualizado. As publicações pessoais e os tradicionais “memes” que circulam na internet não são adequados à formalidade do *LinkedIn*.

O volume financeiro da operação despertou um intenso debate público. A pergunta foi postada de forma direta na plataforma de debate digital *Quora*<sup>265</sup>: “Por que o *LinkedIn* comprou o *Pulse* por US\$ 90 milhões?”<sup>266</sup>. Entre os comentários, uma ex-funcionária do *Pulse*, identificada como C. Cordova, publicou uma resposta bastante elucidativa:

“Para muitos usuários, o *LinkedIn* não é um centro de atividade diário, é apenas um lugar onde você atualiza o currículo ou vai à caça de trabalhos. Para ajudar a garantir que a plataforma não seja conhecida somente como uma rede profissional e/ou um site de recrutamento, o *LinkedIn* está fazendo um esforço concentrado para trazer os usuários para o site com maior frequência. Por quê? Mais usuários significa mais usuários participando das discussões, mais usuários para servir com publicidade, mais usuários para abrir e-mails ou requisições de contatos na plataforma.”<sup>267</sup>

A tradução estava em curso. O objetivo inicial daqueles dois jovens estudantes de engenharia informática da Universidade de Stanford era produzir um aplicativo móvel capaz de agregar notícias de maneira eficiente e numa interface agradável. A entrada do *LinkedIn* reconfigura a rede sociotécnica. A notícia era um “fim” para o *Pulse*, mas se tornava agora um “meio” para a rede social. A premissa é simples: as pessoas estão usando cada vez mais dispositivos móveis e as informações jornalísticas fomentam o engajamento. Ao aumentar a base de usuários e, simultaneamente, elevar o tempo médio de conexão, a

---

<sup>264</sup> “News (...) is part of our daily conversation. Over the past three years, Pulse has established itself as a key part of that conversation; it has grown from a small project, to a platform for millions of readers to access their favorite content.”

<sup>265</sup> <https://www.quora.com/Why-did-LinkedIn-acquire-Pulse-for-90-million?ref=fb#!n=12>

<sup>266</sup> Tradução nossa a partir do original: “Why did LinkedIn acquire Pulse for \$90 million?”

<sup>267</sup> Tradução nossa a partir do original: “For many users, LinkedIn is not a daily hub of activity and only a place where you update your resume or hunt for jobs. To help ensure that their platform isn't solely known as a networking and/or recruiting site, LinkedIn is making a concerted effort to bring users on-site more often. Why? More users on site means more users participating in discussions, more users to serve ads to, more users open to emails/requests for contact on the platform.”

rede social consegue atrair assinantes para a modalidade *premium* e empresas interessadas em pagar pelas ferramentas de recrutamento e seleção oferecidas pela plataforma<sup>268</sup>. O *LinkedIn* não se interessa pelo jornalismo, mas está disposto a usar as notícias como uma “isca” para manter os usuários conectados pelo maior tempo possível.

A controvérsia entre aplicativos agregadores de informação jornalística e redes sociais ganha contornos epistêmicos. O jornalismo industrial se apoiava na produção de uma mercadoria transacionável - a notícia - um produto capaz de atrair uma audiência significativa e esta, por sua vez, despertava o interesse de anunciantes (ver capítulo 3). Já o jornalismo pós-industrial associa mediadores que traduzem a notícia e promovem deslocamentos importantes. Anunciantes estão onde a audiência está e a integração de um aplicativo agregador com uma rede social é mais uma mediação que ajuda a destruir a “cadeia de valor clássica” do jornalismo industrial (Costa, 2014).

A aquisição não significou o fechamento da caixa-preta. Durante dois anos, diversos mediadores permaneceram ativos para promover uma nova tradução, desta vez no próprio aplicativo. Insatisfeitos com a falta de identidade do *Pulse*, os executivos do *LinkedIn* alistaram novamente os actantes: programadores, algoritmos, empresas jornalísticas, usuários, etc. O objetivo era adequar a agregação de notícias ao intuito original da rede social: manter o foco sobre as relações profissionais e destacar informações relacionadas ao desenvolvimento de carreiras. A tradução se tornou visível em junho de 2015, quando o *Pulse* foi relançado completamente remodelado. O mosaico de informações (figura 30) deu lugar a uma interface simplificada na qual cada notícia surge ajustada à exata dimensão da tela do dispositivo (figura 31).

---

<sup>268</sup> <https://premium.linkedin.com/>



**Figura 31:** Interface do *Pulse* para *iPhone* e *iPad*

Fonte: Printscreen Pulse

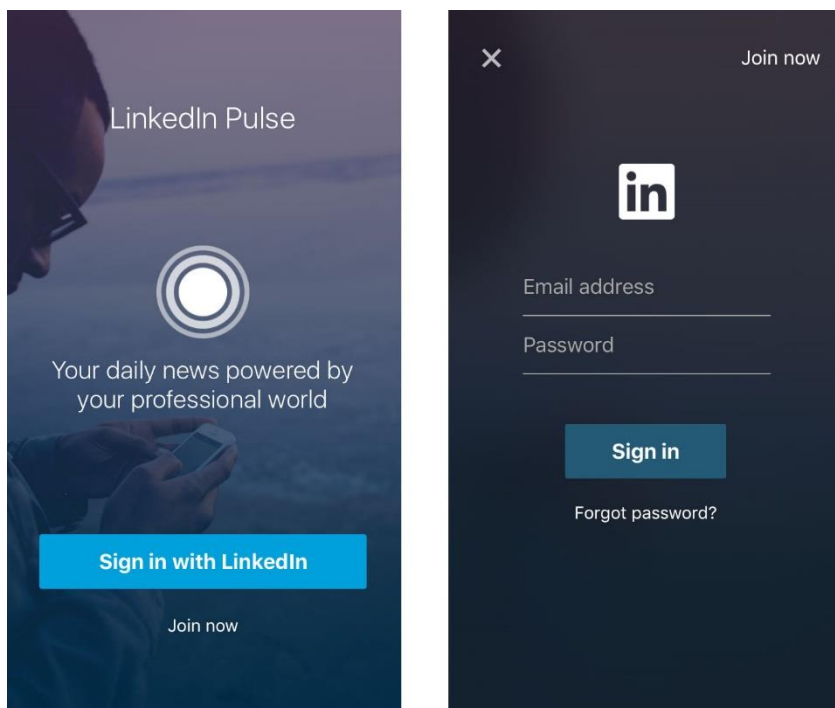
Assim que o aplicativo é aberto, a mensagem inicial convoca o usuário: “Suas notícias do dia alimentadas pelo seu círculo profissional”<sup>269</sup>, em seguida, basta utilizar um API para acessar o app com o mesmo nome de usuário e senha do *LinkedIn* (figura 32). Para adequar os conteúdos aos propósitos da rede social, o *Pulse* passou a contar com uma equipe de curadores humanos<sup>270</sup> que se associam aos algoritmos curadores para filtrar e distribuir informações personalizadas. A partir deste momento, a integração entre os conteúdos publicados no agregador e as interações nas redes social on-line está estabelecida. A tradução do *Pulse* foi apresentada desta forma por Akshay Kothari (que após a fusão milionária se tornou “diretor de projetos do *LinkedIn*”):

“Quando você começa no novo app, irá experimentar um processo de integração que não exige esforço. Você não precisará seguir publicações, tópicos ou coisa alguma para começar - apenas faça o login com a sua conta do *LinkedIn* e o *Pulse* instantaneamente dá a você as notícias de hoje baseadas no setor que você trabalha, em quem você se conecta e no que você segue no *LinkedIn*. A interface baseada em cartões foi projetada para permitir que os usuários percorram rapidamente um monte de conteúdos. Não gostou de uma notícia? Rejeite-a. Quer ler uma notícia mais tarde? Salve-a. Gosta do autor de um artigo? Siga-o. Todas essas interações irão continuamente refinar suas recomendações de conteúdo.”<sup>271</sup>

<sup>269</sup> Tradução nossa a partir do original: “Your daily news powered by your professional world.”

<sup>270</sup> <http://www.theverge.com/2015/6/17/8793547/linkedin-pulse-news-reader-app-update>

<sup>271</sup> Tradução nossa a partir do original: “When you start the new app, you’ll experience an effortless onboarding process. You don’t need to follow publishers or topics or anything to get started—just log



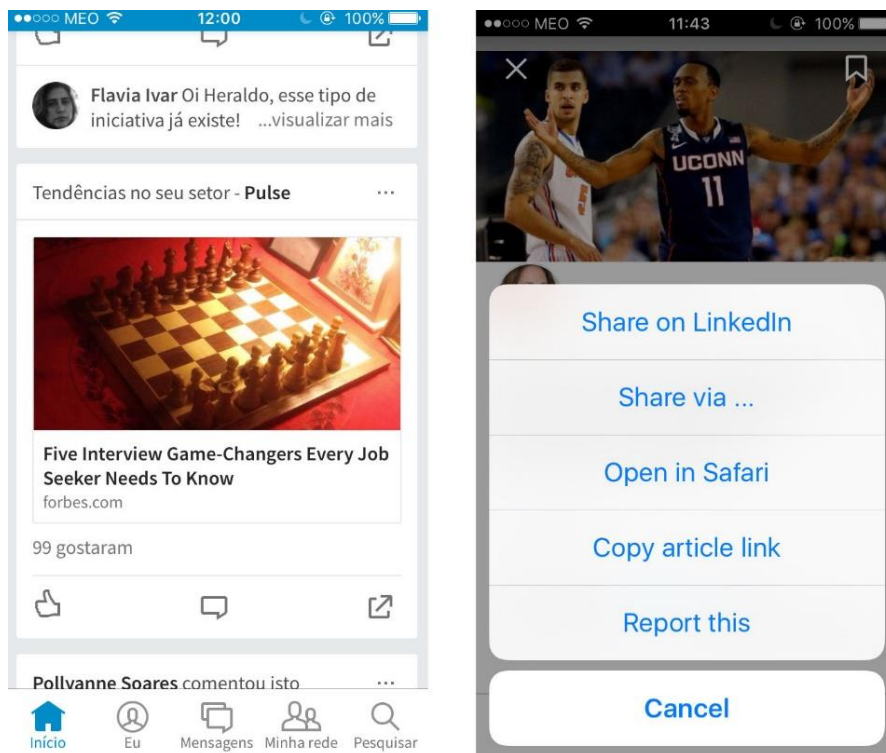
**Figura 32:** Interface de abertura e API do *Pulse*

Fonte: Printscreen *Pulse*

Esta tradução do coletivo sociotécnico criou um híbrido midiático formado por duas apps. Dentro do aplicativo do *LinkedIn*, o usuário recebe alertas sobre notícias publicadas no agregador, enquanto no *Pulse* ele é incentivado a partilhar as notícias na rede social (figura 33). Este ser híbrido incentiva a expansão do tempo de conexão e do número de interações. A observação empírica torna nítida a mediação sociotécnica debatida no capítulo 4 a partir do exemplo “cidadão-com-a-arma-na-mão” (Latour, 1994b). O *LinkedIn* é uma entidade diferente quando associada ao *Pulse*, bem como o *Pulse* também é uma entidade diferente quando associado ao *LinkedIn*. O mais importante, no entanto, é constatar que a nova entidade compósita formada a partir da associação instaura novos programas de ação e provoca traduções.

---

in with your LinkedIn account, and Pulse instantly gives you today’s news based on the industry you work in, who you’re connected to and what you follow on LinkedIn. The new cards-based interface has been designed to enable users to skim through lots of content quickly. Don’t like a story? Dismiss it. Want to read a story later? Save it. Like the author of the article? Follow them. All these interactions will continuously refine your content recommendations.”



**Figura 33:** Recomendação de conteúdo no *LinkedIn* e interface de compartilhamento no *Pulse*

Fonte: Printscreen *LindedIn*, *Pulse*

A agregação de informação jornalística em dispositivos móveis alcança uma nova dimensão. É verdade que o emprego da notícia como “isca” não é propriamente uma novidade. No capítulo 3 foi demonstrado como jornalistas e anunciantes se beneficiam do poder de atração embutido na informação. Contudo, agora a informação jornalística passa a ser um “commodity de conexão”. Seu valor está associado à capacidade de manter o máximo de pessoas ligadas à plataforma e que, ao mesmo tempo, estejam dispostas a partilhar e comentar. A estabilização temporária do coletivo confirma o API e a curadoria como semipadrões importantes.

## 6.6 Niiws: A tradução de algoritmos em editores sociais

Os dois relatos de risco anteriores foram desdobrados a partir de uma mesma controvérsia: a tensa relação entre aplicativos agregadores de informação jornalística e redes sociais online. As mediações conduziram a estabilizações muito diferentes. O *Prismatic* fracassou ao tentar traduzir notícias em redes sociais, enquanto o *Pulse* prosperou ao traduzir notícias em “iscas” para as redes sociais. Vale, também, lembrar que o *Flipboard* demonstra um emprego eficiente de plataformas sociais na constituição do “composto informacional midiático”. O *Niiws* é um aplicativo que volta a abrir a caixa-preta ao traduzir algoritmos computacionais em “editores sociais”.

O aplicativo foi projetado por uma pequena equipe ligada à *muchBeta*, empresa portuguesa especializada em aplicações tecnológicas destinadas ao setor corporativo. Com foco no *iPad*, o objetivo do grupo era desenvolver um filtro social capaz de recomendar conteúdos produzidos por empresas jornalísticas tradicionais. O app descreve sua missão da seguinte forma: "O Niiws recolhe as notícias livres de todos os jornais nacionais e faz um ranking de interesse pelos leitores nas redes sociais para apresentar uma edição, sempre actualizada e personalizável, com as notícias mais relevantes de cada dia"<sup>272</sup>.

A página web produzida para anunciar a primeira versão do app (figura 34), em maio de 2012, deixava claro que o objetivo central era reduzir uma enorme e impraticável “pilha de jornais” num conjunto pequeno, mas extremamente relevante, de notícias adaptadas para o consumo no tablet.



**Figura 34:** Home page do *Niiws* em maio de 2012

Fonte: Reprodução web

Devido ao foco nacional, o aplicativo possui oito versões dedicadas aos seguintes países: Portugal, Espanha, Irlanda, França, Estados Unidos, Brasil, Inglaterra e Rússia. Como todo usuário está vinculado a um único país de origem na *App Store*, somente é possível fazer o download da versão correspondente à nacionalidade indicada, a menos que este parâmetro seja alterado manualmente.

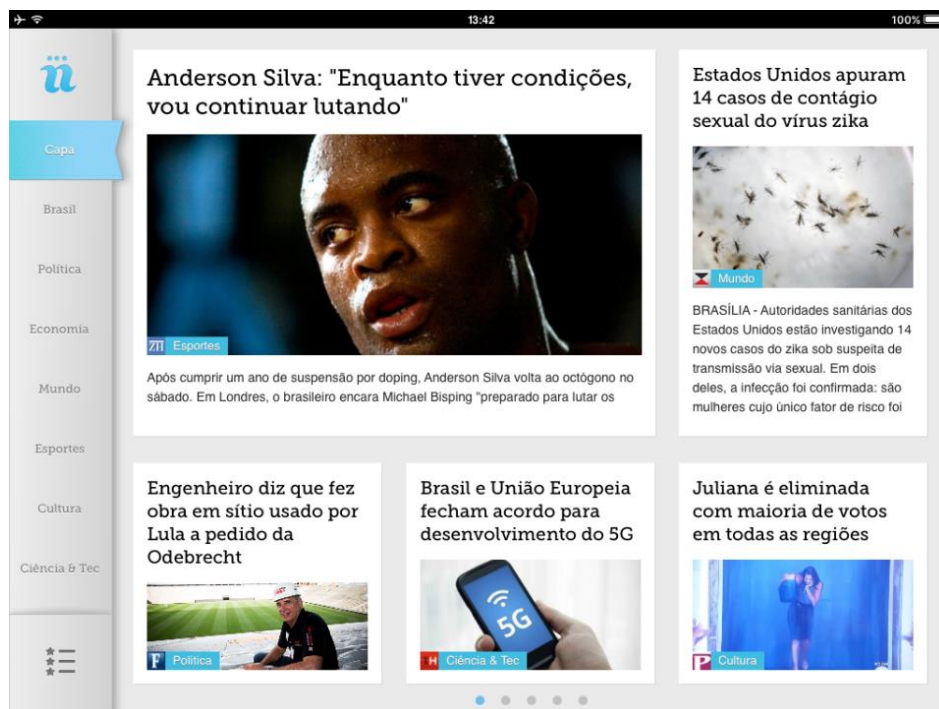
Na interface gráfica do aplicativo cada notícia é apresentada dentro de um quadro com fundo branco no qual estão contidos três elementos: manchete, imagem e identificação fonte da informação. Algumas notícias incluem, ainda, um breve trecho do primeiro parágrafo. Todos os elementos são extraídos da fonte original e organizados

---

<sup>272</sup> <http://pt.niiws.com/>

automaticamente na tela do tablet. Um novo conjunto de notícias é exibido quando se desliza o dedo sobre a tela da direita para a esquerda. Caso o usuário segure o *iPad* na posição horizontal, a porção esquerda da interface exibe um menu fixo que simula as principais seções editoriais de um jornal: Capa, Nacional, Política, Economia, Mundo, Esportes, Cultura. Este menu é conduzido automaticamente para a parte superior da tela caso o usuário opte por utilizar o dispositivo na posição vertical.

A seção “Capa”, à semelhança da primeira página de um jornal impresso ou da home page de um webjornal, expõe as principais notícias de cada editoria (figura 35). Toda a seleção e organização inicial do conteúdo é feita sem a intervenção do usuário.



**Figura 35:** Interface de apresentação de conteúdos do *Niiws*

Fonte: Printscreen *Niiws*

Ainda que não apresente características inovadoras do ponto de vista gráfico-sensorial, como faz o *Flipboard*, o visual do *Niiws* recebeu elogios da crítica especializada. O colunista Kit Eaton<sup>273</sup>, do *The New York Times*, saudou o visual “moderno” e “minimalista” do app, em linha com a opinião do designer Mario Garcia, premiado internacionalmente na área de produção gráfica aplicada ao jornalismo:

---

<sup>273</sup> [http://www.nytimes.com/2014/11/06/technology/personaltech/flipboard-circa-and-other-apps-to-keep-track-of-the-news.html?\\_r=0](http://www.nytimes.com/2014/11/06/technology/personaltech/flipboard-circa-and-other-apps-to-keep-track-of-the-news.html?_r=0)



“Na medida em que o usuário desliza através do design suave e extremamente despoluído, esta ação faz o que deve fazer e transmite uma sensação de seriedade para o app. Os tons acinzentados e azul bebê criam uma aura de calma, definitivamente não é a paleta de cores que nós associamos com o colorido Portugal, onde o aplicativo se origina”<sup>274</sup>.

Esta serenidade aparente da interface esconde mediações relevantes para o desenvolvimento do jornalismo em dispositivos móveis. O programa de ação do app depende de duas dimensões básicas. A primeira é a definição das notícias que serão continuamente rastreadas para abastecer o aplicativo. Enquanto a retórica publicitária faz menção a “todos os jornais nacionais”, a prática revela a necessidade de selecionar com precisão as fontes a fim de evitar a agregação de conteúdos considerados “irrelevantes”. O *Niiws* tenta a todo custo evitar a circulação de informações que não são exclusivamente provenientes de entidades reconhecidas no campo jornalístico. Assim, são alistados para compor o coletivo sites de corporações midiáticas com prestígio e tradição. Até este momento do relato, não há mediações capazes de promover deslocamentos significativos.

A segunda dimensão fundamental para o programa de ação é identificar, dentre os conteúdos produzidos por estas fontes pré-selecionadas, aqueles que são mais comentados e partilhados nas redes sociais. Esta é a tarefa essencial do “algoritmo-curador”, este sim, um mediador que dá movimento à rede. O idealizador do *Niiws*, João Lopes Martins<sup>275</sup>, explicou desta forma a importância do actante no coletivo sociotécnico: “Nós mudamos o curador, sem utilizar um editor tradicional, automaticamente localizamos relevância nas redes sociais on-line”<sup>276</sup>.

A mediação está inscrita neste “nós” referido por Martins. No pronome não estão incluídos profissionais com *background* jornalístico. A diminuta equipe tecnológica era formada por um web designer, um programador de *backoffice* e um especialista em sistemas operacionais móveis<sup>277</sup>. Eram estes actantes os responsáveis por implementar uma delegação técnica que traduzia códigos computacionais em editores orientados a selecionar e organizar “as notícias mais relevantes de cada dia”. João Lopes Martins alimentava ainda mais a controvérsia ao descrever a mediação sociotécnica: “Somos gente da internet, que vê a indústria de fora, e achamos que temos de juntar esforços. Não podemos deixar que aconteça o que é normal: as grandes empresas, em vez de ajudarem,

---

<sup>274</sup> Tradução nossa a partir do original: “as the user rolls through a smooth, extremely sanitized design that does what it has to do and imparts a sense of gravitas to the app. The grayish and baby blue tones create an aura of calmness, definitely not the color palette we associate with colorful Portugal, where the app originates.”

<sup>275</sup> [http://www.garciamedia.com/blog/niiws\\_a\\_product\\_of\\_our\\_times\\_apps\\_within\\_an\\_app](http://www.garciamedia.com/blog/niiws_a_product_of_our_times_apps_within_an_app)

<sup>276</sup> Tradução nossa a partir do original: “We changed the curator, not using a traditional editor, we automatically find the relevance in the social networks.”

<sup>277</sup> [http://www.rtp.pt/noticias/tecnologia/niiws-e-uma-nova-aplicacao-nacional-para-ler-a-imprensa-no-ipad\\_n557008](http://www.rtp.pt/noticias/tecnologia/niiws-e-uma-nova-aplicacao-nacional-para-ler-a-imprensa-no-ipad_n557008)



tentam logo matar, veem logo fantasmas para ficarem na mesma, para manter o *status quo*<sup>278</sup>.

Este rastro deixado durante a associação demonstra um princípio fundamental da Teoria Ator-Rede destacado no capítulo 4: não é o investigador que define de antemão as estruturas e os contextos “dentro” dos quais os atores agem coercitivamente, são os próprios atores que devem explicar as suas ações por mais estranhas, contraditórias, irracionais ou excêntricas que pareçam. Ao dizer “Não podemos deixar que aconteça o que é normal” os actantes do *Niiiws* se referem à atividade de seleção, edição e circulação de conteúdos feita exclusivamente por jornalistas.

Ao questionar o *status quo*, o que está em causa é a função de *gatekeeper* historicamente consagrado a um grupo restrito de “autoridades” responsáveis por definir os critérios de noticiabilidade. É a norma destacada por Schudson (2003) e que serviu de base para o debate do capítulo 3, segundo a qual um “grupo de instituições” define “um discurso considerado como sendo importante publicamente” (p. 11). Obviamente, ao utilizar somente fontes jornalísticas tradicionais, o *Niiiws* se associa ao *status quo* para aplicar um primeiro filtro, mas provoca deslocamentos significativos nos parâmetros de seleção de informação: os valores-notícia.

Nesta mediação, o aplicativo agregador age como um segundo filtro para determinar a hierarquia das informações jornalísticas. O programa de ação de actantes humanos (“gente da internet”) é delegado a um não-humano (o algoritmo-curador) que se associa a outras entidades (as redes sociais on-line) para definir as informações apresentadas no dispositivo móvel. Consoante à perspectiva de Primo e Zago (2015), cabe perguntar: “Quem” e “o que” define a hierarquia das informações? A resposta está neste híbrido “algoritmo-curador + programadores + redes sociais”. Todos assumem a responsabilidade sobre a mediação porque as ações são partilhadas pelo coletivo sociotécnico.

O “valor” atribuído a cada notícia passa a refletir o número de partilhamentos e comentários nas redes sociais. A manchete principal exposta na “Capa” presente na figura 35 traz informações sobre um lutador de MMA e a notícia destacada no canto inferior direito versa sobre a eliminação de uma participante de *reality show* televisivo. Também compõem a capa notícias sobre política, saúde pública e tecnologia. Seria esta a decisão editorial de um *gatekeeper* tradicional? O *Niiiws* afirma agregar “as notícias mais relevantes da imprensa nacional numa única aplicação”<sup>279</sup>. Os algoritmos traduzem editores e extraem “relevância” das redes sociais para traduzir a informação jornalística.

---

<sup>278</sup> [http://www.rtp.pt/noticias/tecnologia/niiiws-e-uma-nova-aplicacao-nacional-para-ler-a-imprensa-no-ipad\\_n557008](http://www.rtp.pt/noticias/tecnologia/niiiws-e-uma-nova-aplicacao-nacional-para-ler-a-imprensa-no-ipad_n557008)

<sup>279</sup> <http://pt.niiiws.com/>

Se a caixa-preta se fechasse neste instante do relato, seria possível afirmar que todos os usuários do aplicativo têm a mesma experiência no app. Contudo, há um outro desdobramento que institui um terceiro filtro voltado à experiência individual. Quando uma notícia é aberta, o *Niiws* direciona o usuário para o conteúdo original, mas mantém na parte superior da tela um menu no qual há um ícone de personalização. Basta pressionar este ícone para abrir uma lista de *tags* que contém os nomes da publicação e do jornalista que assina a notícia, além de um conjunto de termos extraídos do texto e associados a outros conteúdos agregados (Figura 36). Esta aba de personalização também é gerada automaticamente pelo aplicativo. Ao selecionar uma *tag*, o usuário aumenta o peso daquela fonte de informação ou tópico de interesse no processo de filtragem e hierarquização.



**Figura 36:** Menu de personalização do *Niiws*  
Fonte: Printscreen *Niiws*

Em 2012, poucos dias após o lançamento do *Niiws*, a agência Lusa<sup>280</sup> destacava o sucesso obtido pelo agregador, que havia atingido em apenas oito horas o primeiro lugar entre os apps gratuitos na *App Store* portuguesa. O aplicativo se estabilizou rapidamente e houve poucas e pontuais atualizações nos anos seguintes, nenhuma capaz de reabrir a caixa-preta. O *Niiws* se mantém independente, mas também permanece incapaz de gerar receitas para criar um modelo de negócio inovador.

<sup>280</sup> [http://www.rtp.pt/noticias/tecnologia/niiws-e-uma-nova-aplicacao-nacional-para-ler-a-imprensa-no-ipad\\_n557008](http://www.rtp.pt/noticias/tecnologia/niiws-e-uma-nova-aplicacao-nacional-para-ler-a-imprensa-no-ipad_n557008)

## 6.7 Breaking News: A tradução sociotécnica dos valores-notícia

Assim como o *Niiws*, o *Breaking News* é um aplicativo que alimenta a controvérsia sobre os critérios de noticiabilidade associados à circulação e ao consumo de informação jornalística nos dispositivos móveis. Desenvolvido para smartphones, o app se apresenta como um sistema de filtragem e envio de “últimas notícias”, porém, é pertinente qualificá-lo como um original e inovador “agregador de alertas”. Ao contrário dos demais aplicativos descritos neste capítulo, o *Breaking News* trabalha unicamente com alertas curtos em formato similar ao SMS do modelo *pushed news* (Fildago, 2009). As mensagens são selecionadas e editadas por editores profissionais que se associam a diversas entidades não-humanas (figura 37). A hibridização de entidades heterogêneas é explicitada na maneira como o aplicativo se apresenta ao público<sup>281</sup>:

“Nós nos cercamos com telas de computadores e ferramentas personalizadas para nos ajudar a descobrir e verificar notícias urgentes com rapidez. Nós também dependemos de uma extraordinária comunidade de aproximadamente 300 organizações noticiosas que dão dicas aos nossos editores via hashtags no Twitter. As organizações de notícias e as testemunhas oculares rompem com relatos originais, nós damos o link diretamente para eles. Somos uma agência social de mídia que dá créditos onde eles são devidos.”<sup>282</sup>



**Figura 37:** Estação de trabalho de um editor do *Breaking News*

Fonte: Reprodução web<sup>283</sup>

---

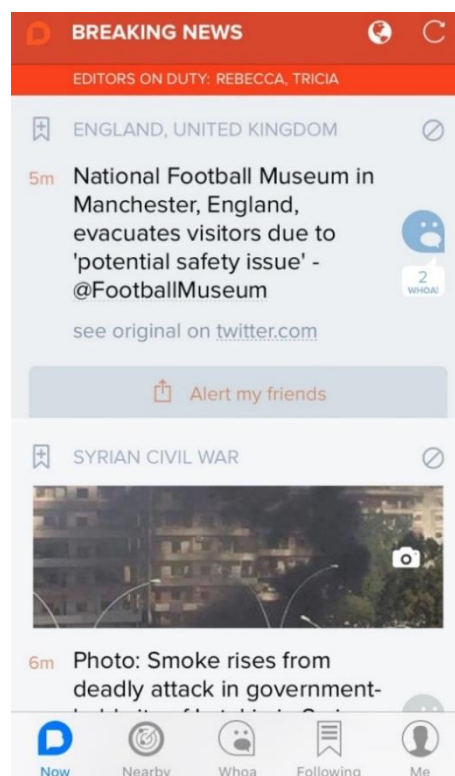
<sup>281</sup> <https://www.breakingnews.com/about/>

<sup>282</sup> Tradução nossa a partir do original: “We’ve surrounded ourselves with computer screens and custom tools to help us discover and verify breaking news quickly. We also depend on an awesome community of nearly 300 news organizations that tip our editors via Twitter hashtags. As news organizations and eyewitnesses break original stories, we link them directly. We’re a social media wire that gives credit where credit is due.”

<sup>283</sup> <http://blog.breakingnews.com/post/108089798079/instant-live-video-comes-to-the-breaking-news-app>

Esta descrição da atividade está em sintonia com os contornos do jornalismo pós-industrial descrito no capítulo 4, como a “inclusão de não-profissionais (cidadãos/amadores) e de sistemas computacionais (softwares/algoritmos) no processo de produção e circulação de informação”. O *Breaking News* é uma empresa típica deste período intersticial no qual as fronteiras são renegociadas, fenômeno exaltado por Cory Bergman<sup>284</sup>, um dos executivos responsáveis por gerenciar o app: “Estamos casando a tecnologia com o julgamento editorial”<sup>285</sup>.

A interface principal do aplicativo exibe os alertas acompanhado de elementos que permitem ajustar as preferências pessoais (figura 38). Acima de cada mensagem há dois ícones: uma bandeira com símbolo “+” no canto esquerdo e um círculo com uma linha diagonal no lado direito, parecido com um sinal de “stop”. A bandeira serve para seguir o desenvolvimento daquele alerta, enquanto o círculo silencia o conteúdo, ou seja, retira qualquer informação vinculado com aquele tópico do *feed* pessoal. À direita do alerta há um botão que faz a mesma função do “like” do *Facebook* ou “favorito” do *Twitter*.



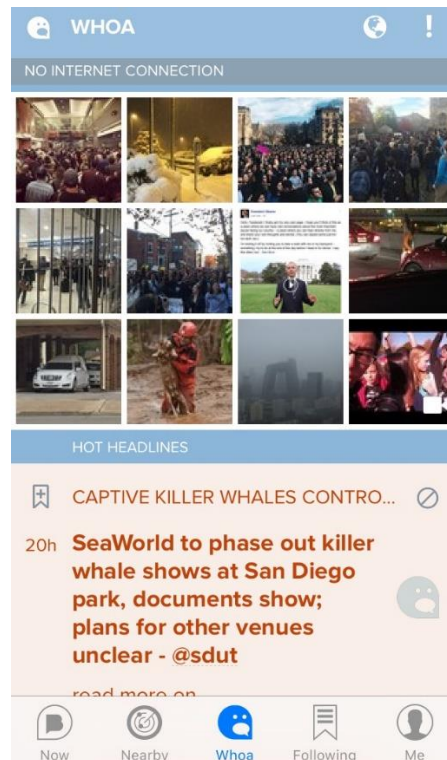
**Figura 38:** Interface de apresentação de alertas do *Breaking News*

Fonte: Printscreen *Breaking News*

<sup>284</sup> <http://www.fastcompany.com/3032075/geolocated-news-is-going-to-change-the-news-business>

<sup>285</sup> Tradução nossa a partir do original: “We’re marrying technology with editorial judgment”.

É precisamente o número de interações dos usuários com os alertas por meio deste botão que cria uma espécie de “ranking” de últimas notícias. O resultado é atualizado em tempo real na seção “*Hot Headlines*” do aplicativo” (figura 39). Nesta seção a agregação possui uma componente não-humana - o algoritmo que contabiliza automaticamente as interações - e outra humana - os usuários responsáveis por aumentar ou reduzir o valor das informações.



**Figura 39:** Seção *Hot Headline* do *Breaking News*

Fonte: Printscreen *Breaking News*

Há uma segunda forma de agregação baseada no georreferenciamento dos alertas. Um pequeno globo localizado no canto superior direito da interface inicial (figura 38) leva o usuário para uma representação gráfica interativa do mapa terrestre (figura 40). Sobre a imagem estão indicados os locais dos acontecimentos que geraram cada um dos alertas. Basta pressionar sobre qualquer um dos círculos para ler a mensagem completa.

A mediação sociotécnica deste autêntico mapa-mundi de “*breaking news*” depende da tela tátil. É este actante que permite aumentar ou reduzir o zoom sobre uma determinada área do globo, bem como mover em qualquer direção. O georreferenciamento de alertas é um recurso inovador no jornalismo móvel. Como afirmam Oppegaard e Rabby (2015), “a proximidade tem ajudado profissionais e acadêmicos a determinar os valores-notícia por gerações. As tecnologias móveis, porém, com recursos sensíveis ao contexto, têm complicado muitas das questões correlatas e expandido o domínio do conteúdo

jornalístico”<sup>286</sup> (p. 1). Por exemplo, um estrangeiro que desembarca na costa Leste dos Estados Unidos durante uma tempestade de neve pode visualizar no mapa os alertas distribuídos sobre uma cidade, um estado ou toda uma macrorregião antes mesmo de sair do avião.

O coletivo sociotécnico age sobre os critérios de noticiabilidade ao promover uma tradução de dois valores-notícias clássicos: o inesperado e a proximidade. No processo de decisão editorial, jornalistas sempre tiveram em mente estas variáveis. Quanto mais raro um evento, maior a possibilidade de virar notícia. Da mesma forma, um acontecimento que ocorre em uma região próxima à audiência tem mais chance de ser noticiado. Este era um dos dilemas associados aos meios de comunicação de massa, pois não havia suportes tecnológicos capazes de adaptar a informação ao contexto imediato do usuário. O conteúdo tinha que refletir uma “proximidade massificada”. As tecnologias móveis, por sua vez, permitem gerar uma “proximidade individualizada”. A agregação do *breaking news* reconfigura estas duas variáveis - o inesperado e a proximidade - ao permitir a agregação de alertas sobre uma representação gráfica e interativa que cabe na palma da mão.



Figura 40: Menu de personalização do *Breaking News*

Fonte: Printscreen *Breaking News*

---

<sup>286</sup> Tradução nossa a partir do original: “Proximity has helped practitioners and scholars to determine newsworthiness for generations. Emerging mobile technologies, though, with contextual-awareness capabilities, have been complicating many of the related issues and expanding the realm of journalistic content”.



A tradução se torna ainda mais nítida quando outro mediador se associa ao coletivo: o GPS integrado ao smartphone. O recurso funciona a partir de satélites associados a antenas de radiofrequência que determinam com precisão a localização de cada dispositivo móvel. O *Breaking News* alista todos estes actantes para traduzir os valores-notícias. Na parte inferior da tela do app (figuras 38 e 39) está localizado o ícone “nearby”, que conduz novamente ao mapa. Porém, agora é o usuário que ocupa a posição central na representação gráfica. Ele é representado por um alfinete a partir do qual é exibido um círculo que determina o limite de alcance dos alertas.

O raio deste círculo pode ser ajustado manualmente pelo usuário, variando de uma a cem milhas. Com isso, é possível personalizar os critérios de noticiabilidade a partir de um referencial móvel. O deslocamento físico do usuário desloca, simultaneamente, a agregação de alertas. A figura 41 exemplifica esta tradução dos valores-notícia. O referencial central está disposto no município da Covilhã, em Portugal. Na imagem da esquerda, com o ajuste do raio em 11 milhas, o aplicativo não detecta nenhum alerta. Na imagem central, com 61 milhas de raio, surgem dois alertas a sudoeste de Castelo Branco. Por fim, na imagem da esquerda, com o limite máximo de 100 milhas, surgem outros dois alertas, um na costa leste de Portugal e outro na cidade de Cáceres, na Espanha.

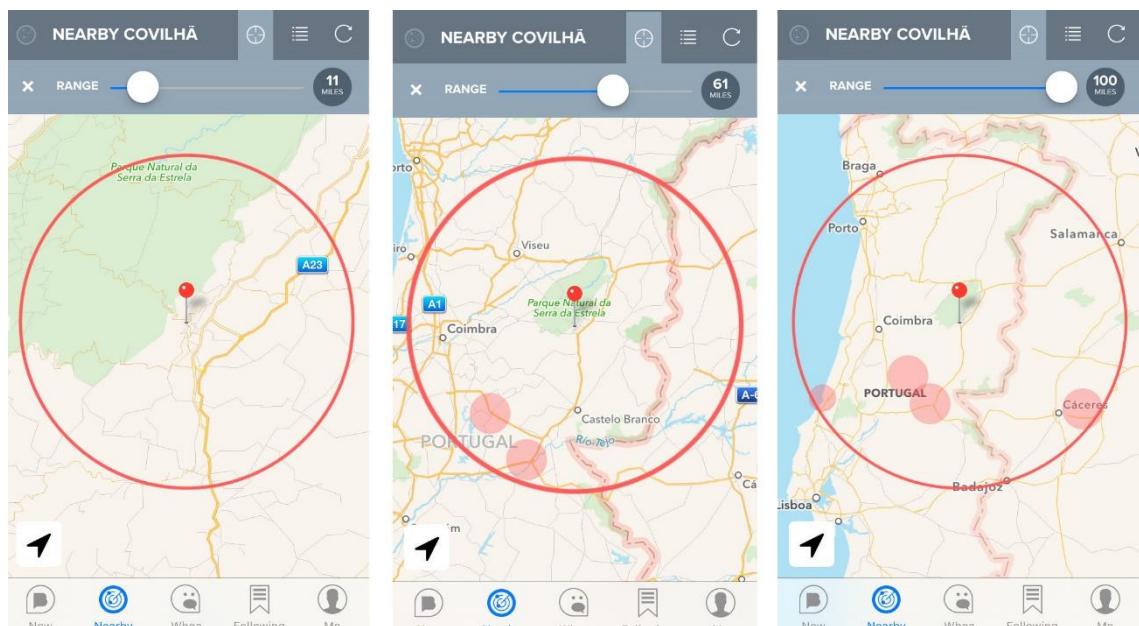


Figura 41: Menu de personalização do *Breaking News*

Fonte: Printscreen *Breaking News*

De acordo com Canavilhas (2013c), a possibilidade de correlacionar a circulação de conteúdos com o contexto imediato de consumo é um passo adiante na personalização em comparação aos computadores pessoais. A consequência é a consolidação de conteúdos “divergentes” voltados para a individualização e a mobilidade: “para além de qualquer

tipo de segmentação relacionada com as opções temáticas do usuário e dos dados pessoais fornecidos à operadora móvel, o smartphone permite que a recepção se adapte ao lugar onde se encontra o usuário a cada momento”<sup>287</sup> (Canavilhas, 2013c, p. 19).

As mediações traduzem a informação jornalística e reforçam a hibridização típica do jornalismo pós-industrial. As teorias do jornalismo industrial elegem os jornalistas, as redações e as empresas jornalísticas como objeto de estudo (ver capítulo 3), mas o *Breaking News* evidencia as armadilhas desta purificação. Tanto “quem” quanto “o que” faz jornalismo está em jogo (Primo & Zago, 2015). Neste agregador, a informação jornalística é o resultado dinâmico de um coletivo sociotécnico formado por satélites, dispositivos móveis, testemunhas oculares, jornalistas profissionais, usuários, softwares, etc. Cada entidade é um ator-rede múltiplo que “se faz” durante a associação com outros atores-rede. Assim, a estabilização da caixa-preta do *Breaking News* implica o deslocamento dos valores-notícias associados à comunicação móvel.

---

<sup>287</sup> Tradução nossa a partir do original: “[...] más allá de cualquier tipo de segmentación relacionada con las opciones temáticas del usuario y de los datos personales suministrados a la operadora móvil, el smartphone permite que la recepción se adapte al lugar donde se encuentra el usuario a cada momento.”



# Capítulo 7 - Taxonomia

## Introdução

O objetivo deste capítulo é apresentar uma proposta de classificação dos aplicativos agregadores de informação jornalística com base nos semipadrões identificados nos relatos de risco. Integram o corpus de análise 28 apps que atendem aos pré-requisitos da investigação (ver subseção 5.3). A taxonomia é organizada a partir de quatro categorias: API, curadoria, sistema de agregação, sistema de personalização.

Conforme exposto na apresentação do percurso metodológico, a partir deste momento os aplicativos são caixas-pretas que se apresentam como “softwares”. Os vários mediadores que garantiram movimento aos coletivos sociotécnicos nas etapas de desdobramento e estabilização (capítulo 6) dão lugar a poucos intermediários. Cada app é tratado neste capítulo como uma unidade com características próprias e que, desta forma, pode ser classificado e organizado a partir de semelhanças e diferenças em relação às demais unidades. A taxonomia é precisamente o resultado final deste trabalho de composição referenciado nos semipadrões.

As quatro categorias que compõem a taxonomia são apresentadas separadamente como subseções responsáveis por definir os semipadrões e demonstrar a organização dos aplicativos. Contudo, a classificação não deve se deter a uma única característica, sendo necessário levar em conta o cruzamento entre as categorias. Dois ou mais apps podem, por exemplo, ser reunidos por apresentarem tanto uma interface de conexão com as redes sociais por meio do API (“semipadrão 1”), quanto pela capacidade de selecionar e organizar material com base em curadoria algorítmica (semipadrão 2). Por este motivo, a composição final é apresentada em um quadro taxonômico na última subseção do capítulo.

Antes de iniciar o movimento de composição é necessário recordar que um dos princípios da Teoria Ator-Rede é o caráter performativo dos coletivos sociotécnicos, portanto, a estabilidade é temporária. É impossível prever o intervalo temporal que uma caixa-preta vai permanecer fechada, principalmente quando o que está em causa são processos tecnológicos e inovadores. Portanto, a classificação apresentada nesta tese é temporária e novas entidades e/ou atualizações de uma mesma entidade podem promover mudanças significativas na taxonomia. Para evitar imprecisões, o “Anexo I” apresenta a lista completa do material empírico no intuito de destacar a versão de cada aplicativo que serviu de base ao presente estudo.

## 7.1 Semipadrão 1: API

O API representa um semipadrão determinante para a aproximação entre os agregadores de informação jornalística e as redes sociais on-line, tendência identificada nos relatos de risco. Para evitar equívocos conceituais, é mais simples compreender o API como um “software que conecta softwares” ou, em outras palavras, um conjunto de instruções computacionais cujo objetivo é estabelecer o fluxo de dados codificados entre duas ou mais plataformas digitais.

Apesar de ser popularmente tratado a partir do acrônimo, basta lembrar que o nome deste semipadrão remete diretamente à sua utilidade no campo do desenvolvimento de softwares: *Application Programming Interface*. O recurso tecnológico é amplamente utilizado na computação contemporânea, contudo, no caso específico dos APIs analisados nesta tese, sua funcionalidade ocorre na forma de *plug-in*. Nesta configuração, são as próprias plataformas como *Facebook*<sup>288</sup>, *Twitter*<sup>289</sup>, *Google*<sup>290</sup> e *LinkedIn*<sup>291</sup> que fornecem instruções na forma de API para que desenvolvedores externos criem *plug-ins* adaptados a demandas específicas. Dos 28 apps analisados, 13 utilizam API para estabelecer conexão com redes sociais on-line.

Há duas formas distintas de emprego deste semipadrão que influenciam os parâmetros de classificação. Alguns aplicativos agregadores utilizam o API simplesmente como identificador de usuário, ou seja, uma forma de obter informações individualizadas sobre a audiência a partir do rastreamento das ações realizadas em outras plataformas. Neste caso, os dados de perfil importados de redes sociais como *Facebook* e *Twitter* são utilizados exclusivamente pelos apps, seja como referencial estatístico sobre os usuários ou como instrumento auxiliar na personalização de conteúdos. Sete aplicativos integram esta subcategoria (figura 42).

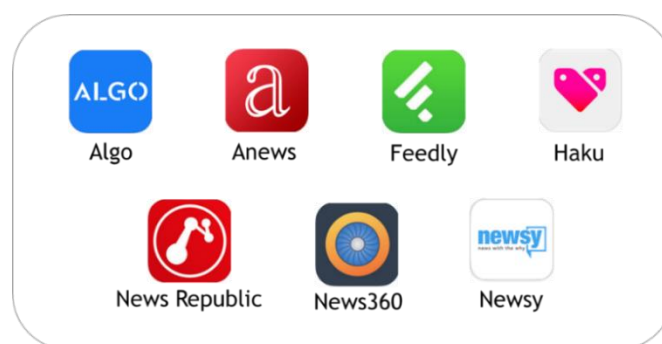


Figura 42: Semipadrão 1: API identificador de usuário

Fonte: Elaborado pelo autor

---

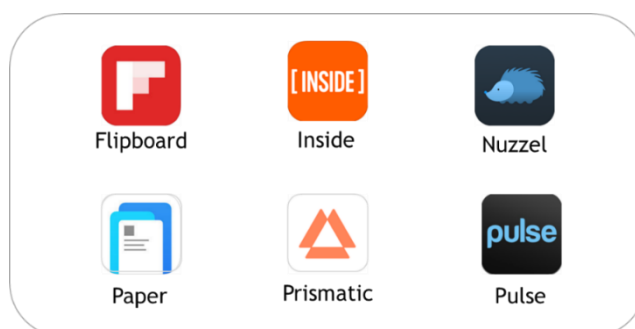
<sup>288</sup> <https://developers.facebook.com/>

<sup>289</sup> <https://dev.twitter.com/>

<sup>290</sup> <https://developers.google.com/apis-explorer/#p/>

<sup>291</sup> <https://developer.linkedin.com/?u=0>

Outra forma de emprego do API é a organização automática de um perfil público a partir dos dados extraídos das redes sociais (ver relatos sobre *Flipboard* e *Pulse* no capítulo 6). Além de manter as funcionalidades presentes na modalidade anterior, o semipadrão passa a ser utilizado como um elemento de identificação e interação entre os membros da audiência. O objetivo é permitir que os usuários se reconheçam mutuamente e passem a constituir laços sociais no interior do próprio aplicativo. Este emprego tem como meta elevar o tempo de permanência no interior do app, além de estimular o compartilhamento de conteúdos. Seis aplicativos integram esta subcategoria (figura 43).



**Figura 43:** Semipadrão 1: API para criação de perfil público

Fonte: Elaborado pelo autor

## 7.2 Semipadrão 2: Curadoria

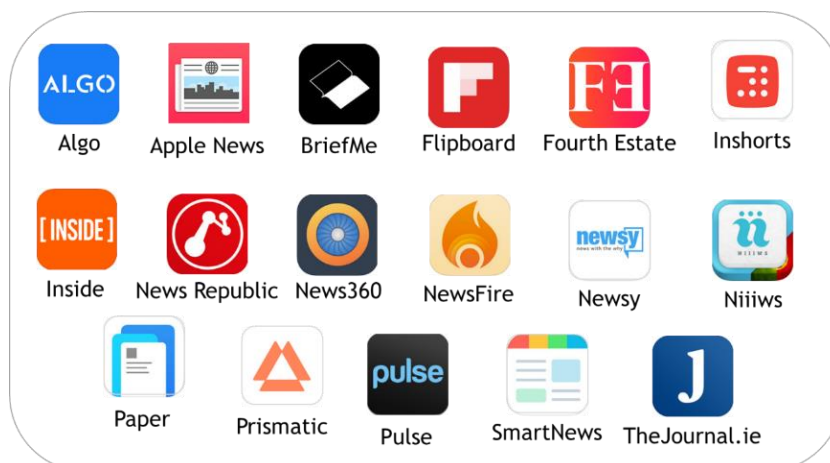
Os aplicativos agregadores utilizam a noção de curadoria como um semipadrão no trabalho de seleção, organização e circulação de informações jornalísticas. Conforme debatido no capítulo 3, curadoria é uma atividade historicamente ligada ao direito e às artes, mas que tem sido apropriada recentemente por profissionais e empresas do campo jornalístico. A curadoria aplicada ao jornalismo é apontada como uma prática “mista” cuja execução depende tanto de profissionais quanto de amadores e de tecnologias computacionais (Corrêa & Bertocchi, 2012; Rosenbaum, 2013).

Os relatos de risco revelam que o emprego da curadoria ocorre de maneira bastante exploratória e alimenta controvérsias responsáveis por desdobrar as mediações. A nítida falta de consenso, ainda que exista alguns pontos de tangência, torna ainda mais pertinente o emprego do termo “semipadrão” no processo de composição. A curadoria é um dos “parâmetros provisórios constantemente postos à prova” no desenvolvimento do jornalismo pós-industrial.

Apesar da considerável dispersão, o capítulo 6 apontou a estabilização de três subcategorias no interior deste semipadrão: o algoritmo curador, o profissional curador e o

usuário curador. Um mesmo aplicativo pode agregar mais de um tipo de curadoria, a exemplo do *Flipboard*, que consegue integrar as três modalidades. Contudo, o trabalho de classificação revela que a conjugação não é regra. A maior parte dos aplicativos que integram o corpus de análise se detêm a uma das subcategorias. Dos 28 apps analisados, 20 utilizam ao menos uma das três modalidades de curadoria.

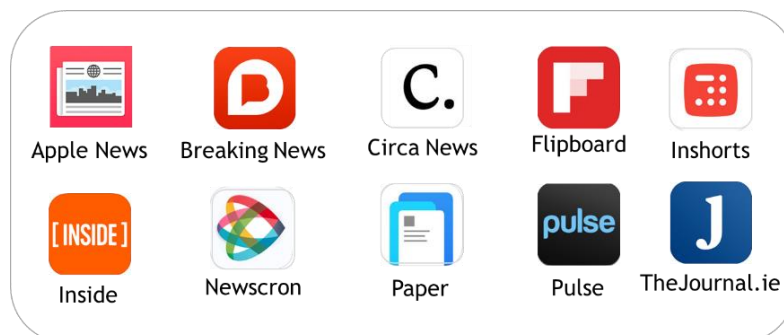
A curadoria algorítmica está presente em 17 aplicativos (figura 44). Caracteriza-se pela seleção e organização dos conteúdos sem a intervenção humana. Em geral, esta subcategoria aparece em seções específicas no interior dos apps com nomes que sugerem a reunião de informações com elevado valor-notícia: “*Top Stories*” (*Fourth Estate*, *News360*, *Newsfire*), “*Trending*” (*Algo*, *Inshorts*, *News Republic*). A curadoria algorítmica pressupõe algum tipo de intervenção do sistema informático sobre os conteúdos como, por exemplo, a criação de um ranking baseado em número de compartilhamentos em redes sociais. Assim, estão excluídos desta subcategoria os aplicativos que apenas empregam *RSS feed* para agregar todos os conteúdos de uma determinada fonte sem utilizar qualquer mecanismo de filtro adicional, como ocorre no *Feedly* e no *News Free*.



**Figura 44:** Semipadrão 2: Curadoria algorítmica

Fonte: Elaborado pelo autor

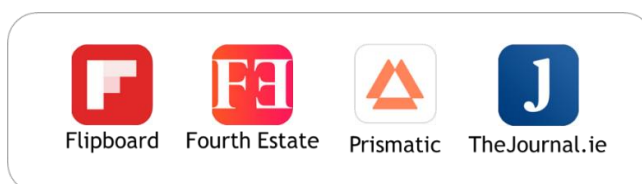
Dez aplicativos empregam a curadoria profissional (Figura 45). O elemento que permite agrupar estes apps é a presença de uma equipe dedicada exclusivamente à seleção e/ou edição de conteúdos. Esta subcategoria apresenta um nível significativo de heterogeneidade em consequência dos processos de inovação. As diferenças ficam nítidas quando são comparadas as diversas abordagens dos agregadores no campo da curadoria. O *Circa News*, por exemplo, possuía um “*news team*” formado por jornalistas profissionais dedicados à construção de narrativas. Por outro lado, os curadores do *Paper* não são necessariamente profissionais com background jornalístico e estão mais atentos à seleção de conteúdo viral no *Facebook* do que à criação de narrativas.



**Figura 45:** Semipadrão 2: Curadoria profissional

Fonte: Elaborado pelo autor

Somente quatro aplicativos possuem mecanismos de curadoria destinados aos usuários (Figura 46). Esta subcategoria também se revela pouco coesa quanto à aplicação prática. Enquanto o *Flipboard* permite que qualquer usuário crie sua própria revista digital, o *Fourth Estate* só permite que usuários que se revelam fiéis à plataforma exerçam a função de curador. É possível observar que todos os apps reunidos nesta subcategoria também permitem outro tipo de curadoria, seja algorítmica ou profissional. Tal inferência revela a importância de correlacionar os semipadrões e suas subcategorias durante a análise taxonômica.



**Figura 46:** Semipadrão 2: Curadoria do usuário

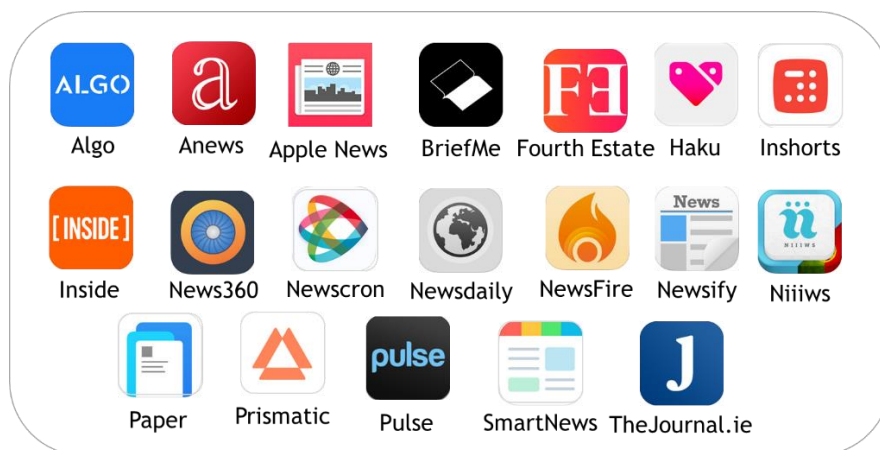
Fonte: Elaborado pelo autor

### 7.3 Semipadrão 3: Sistema de agregação RSS

O RSS permanece um semipadrão básico de agregação de informação jornalística nos dispositivos móveis. Conforme debatido no capítulo 2, este é um sistema de indexação direta bastante utilizado em operações computacionais desde os anos 1990. Basta definir os parâmetros iniciais para que a ferramenta faça o monitoramento automático de outros sites e reúna a informação na medida em que ocorre a publicação na fonte original.

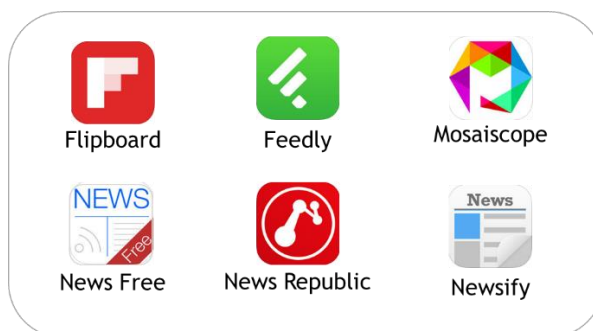
Dentre os 28 apps analisados, 25 empregam a lógica operacional do RSS como ferramenta de agregação. Apesar de ser um mecanismo básico e já consagrado por sistemas desenvolvidos para computadores pessoais, sua presença na taxonomia se torna útil porque permite observar a composição de duas subcategorias de apps dentro deste semipadrão.

O primeiro grupo é composto por aplicativos que utilizam um modelo de RSS “fechado”. São agregadores que não permitem ao usuário selecionar livremente os *feeds* oferecidos pela maior parte das páginas web. Os *feeds* são determinados pelos desenvolvedores e, por isso, há um controle direto sobre as fontes e os conteúdos que circulam no app. De forma geral, os *feeds* são apresentados aos usuários como extensas listas de tópicos de interesse e/ou fontes de informação e a indexação automática é feita a partir dos itens selecionados nesta espécie de “cardápio” informativo oferecido pelo agregador. Dezenove aplicativos integram esta subcategoria (figura 47).



**Figura 47:** Semipadrão 3: RSS fechado  
Fonte: Elaborado pelo autor

No segundo grupo estão aplicativos que permitem ao usuário escolher os *feeds*. A operação é idêntica ao padrão RSS: basta copiar o endereço eletrônico (URL) com extensão .xml, .rss ou .rdf oferecido pelos produtores de conteúdo e colar o link no campo indicado pelo agregador. Ao contrário do primeiro grupo de apps, a adoção do mecanismo de RSS “aberto” concede o poder de decisão ao usuário ao mesmo tempo em que os desenvolvedores do agregador deixam de controlar os conteúdos. Seis aplicativos integram esta subcategoria (figura 48).



**Figura 48:** Semipadrão 3: RSS aberto  
Fonte: Elaborado pelo autor

A diferença básica entre as subcategorias está presente nos relatos de risco. Enquanto o *Flipboard* recorre ao RSS aberto para conformar um “composto informacional midiático”, o *Niiiws* adota o RSS sobre o qual atua o “algoritmo-curador”. A diferença de abordagem exerce influência significativa sobre as informações que circulam nos apps.

## 7.4 Semipadrão 4: Sistema de personalização

A personalização dos conteúdos é um semipadrão fundamental para a composição do aplicativos agregadores. Contudo, assim como ocorre com a curadoria, sua aplicação prática demonstra certo grau de dispersão devido à exploração desta característica nos dispositivos móveis. Além disso, sua eficiência está vinculada aos demais semipadrões, porque o API pode ser um elemento de personalização, bem como o *RSS feed*. Mesmo diante das necessárias correlações, os relatos de risco demonstraram que existem dois sistemas de personalização potencialmente relevantes para a agregação de informação jornalística em dispositivos móveis: a algorítmica e a georreferenciada.

A personalização algorítmica busca tirar vantagem da característica *always-on* de smartphones e tablets (ver capítulo 1). Códigos de programação desenvolvidos para rastrear continuamente as atividades do usuário atuam como sistemas “inteligentes” que geram os resultados (*outputs*) de acordo com a variação dos parâmetros de entrada (*inputs*). A lógica operacional subjacente a esta modalidade de personalização está amparada no pressuposto de que o software consegue “aprender” e “evoluir”, gerando resultados melhores com o passar do tempo. Seis aplicativos integram esta subcategoria (figura 49).

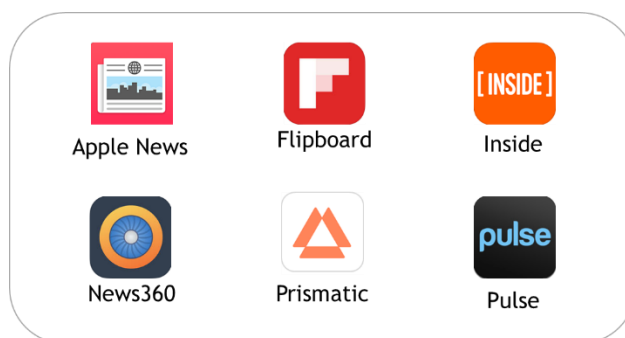
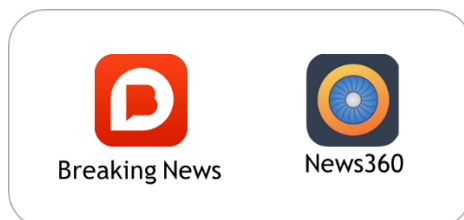


Figura 49: Semipadrão 4: Personalização algorítmica

Fonte: Elaborado pelo autor

A personalização georreferenciada foi um semipadrão identificado durante o movimento de estabilização do *Breaking News*. Apesar de estar presente em somente mais um aplicativo que integra o corpus de análise - o *News360* (figura 50) - o emprego da

subcategoria parece ser pertinente para investigações futuras, visto que está relacionado a uma característica inovadora dos dispositivos móveis. O georreferenciamento depende do uso direto do GPS e, por esse motivo, são excluídos desta subcategoria os apps que agregam conteúdos de acordo com dados territoriais, mas que recorrem a outros mecanismos de indexação. É o caso, por exemplo, do *Niiws*, que agrega “conteúdos nacionais” a partir da vinculação à *App Store*.



**Figura 50:** Semipadrão 4: Personalização georreferenciada

Fonte: Elaborado pelo autor

## 7.5 Quadro taxonômico de semipadrões

O resultado desta terceira e última etapa do percurso metodológico proposto pela Teoria Ator-Rede - a composição - permite estabelecer um quadro taxonômico geral a partir dos quatro semipadrões apresentados neste capítulo: API, curadoria, sistema de agregação, sistema de personalização. Conforme demonstrado nas seções anteriores, a classificação dos aplicativos agregadores avança mais um nível para conformar nove subcategorias que ajudam a examinar detalhes no interior dos semipadrões.

Ao oferecer uma visão geral sobre um fenômeno complexo e ainda em pleno desenvolvimento, o quadro taxonômico deve ser utilizado como instrumento auxiliar na observação do objeto de estudo. Mesmo ciente da limitação da amostra em relação ao total de aplicativos disponíveis aos usuários, conforme debatido no capítulo 5, é possível estabelecer correlações entre os semipadrões e as subcategorias para apontar algumas tendências.

Uma das correlações mais significativas ocorre entre a curadoria algorítmica e o sistema de agregação baseado em RSS fechado. Metade dos aplicativos que integra o corpus de análise - 14 dos 28 - associa estas duas subcategorias. Esta tendência parece indicar a preferência dos desenvolvedores por estimular mecanismos computacionais para seleção e organização dos conteúdos, evidenciada pela presença de “algoritmos-curadores” (Corrêa & Bertocchi, 2012), porém, estes mesmos desenvolvedores procuram ao mesmo tempo resguardar o controle sobre as fontes disponíveis para a atividade de agregação.



Ainda que de forma preliminar, estes dados permitem supor que a delegação da curadoria a algoritmos tende a ser diretamente proporcional à decisão de limitar a ação dos usuários sobre a seleção ativa das fontes. Isso quer dizer que pessoas com domínio sobre linguagens de programação e os próprios comandos codificados assumem posição destacada na definição dos conteúdos que circulam nestes agregadores. A tendência é reforçada ao se verificar que somente dois dos 28 aplicativos analisados - *Flipboard* e *News Republic* - trabalham simultaneamente com a curadoria algorítmica e o sistema de agregação baseado em RSS aberto, ampliando a liberdade de escolha aos usuários.

Também significativa parece ser a correlação negativa entre o sistema de agregação baseado em RSS aberto e a personalização, seja algorítmica ou por georreferenciamento. Dos seis aplicativos que utilizam o RSS aberto, apenas um, o *Flipboard*, faz uso simultâneo de um sistema de personalização (no caso, a algorítmica). A relação inversamente proporcional identificada entre estas subcategorias pode revelar a predisposição dos aplicativos em considerar a liberdade de escolha de conteúdos como um instrumento eficiente de personalização, servindo para justificar a ausência de outros mecanismos.

A identificação da correlação negativa conduz a questões relacionadas ao suporte comunicacional propriamente dito. Os aplicativos que se apoiam no RSS aberto como mecanismo único de personalização de conteúdos demonstram que a agregação em dispositivos móveis ainda está ancorada em características predominantes dos computadores pessoais. Os PCs não são tecnologias “*always-on*” nem móveis (ver discussão no capítulo 1), limitações que impõem barreiras óbvias à personalização. Smartphones e tablets rompem estas barreiras, mas a análise empírica revela que o potencial permanece até o momento pouco explorado pelos apps agregadores de informação jornalística.

Outras tendências surgem na interseção das subcategorias que compõem os semipadrões API e curadoria. Cinco dos seis aplicativos que utilizam o API para criação de perfil possuem curadoria humana, seja profissional ou do usuário. Este pode ser um indício de que a visibilidade dos usuários é importante para as práticas curatoriais. A configuração de perfis públicos instaura um sentimento de responsabilidade sobre as ações, uma vez que a possibilidade de identificar o autor de uma ação se torna componente essencial das relações estabelecidas dentro do agregador.

A correlação positiva entre API perfil e curadoria humana pode estar vinculada a fatores caros tanto ao jornalismo, como a credibilidade, quanto à comunicação on-line, como a noção de comunidade virtual. Para se tornar um curador, o usuário precisa se estabelecer como uma fonte confiável e, por isso, o perfil ajuda a identificar quem é o responsável pela publicação, a quem está pessoa está conectada, o histórico de publicações, etc. Portanto, perfis públicos como os exibidos na figura 12 (capítulo 6) seriam um indício de

credibilidade, mas também podem ser vistos como elementos para construção de um senso comunitário decisivo para a prática curatorial em ambientes on-line.

Esta constatação ajuda a conceber a curadoria como uma prática social, ao invés de uma atividade solitária. Como demonstrado no capítulo 2, a agregação jornalística é frequentemente acusada de estimular o consumo autorreflexivo, percepção que leva a crer que o usuário está inserido numa “bolha” (Pariser, 2011). O quadro taxonômico indica justamente o oposto: a curadoria tende a se associar ao reconhecimento mútuo entre os usuários. Esta constatação é reforçada pelo fato de nenhum dos aplicativos que utiliza o API apenas como identificador de usuário, ou seja, sem a criação de perfil público, possui curadoria humana. A subcategoria “API identificador” se correlaciona negativamente com as curadorias profissional e do usuário ao mesmo tempo em que mantém uma correlação positiva com a curadoria algorítmica.

Nota-se, também, a existência de correlação positiva entre os semipadrões API e personalização. Cinco dos seis aplicativos que possuem personalização algorítmica fazem uso simultâneo de uma das modalidades de API (“identificador” ou “perfil”). Esta correlação é de certa forma esperada, visto que os algoritmos que selecionam e organizam conteúdo sob medida para o usuário são programados para reagir a partir de parâmetros individuais. Em outras palavras, reconhecer as características do usuário é um atributo do API e a personalização algorítmica se alimenta dos dados que circulam nesta interface computacional.

Contudo, é possível verificar que esta correlação positiva evidencia que os três aplicativos que foram descontinuados - *Inside*, *Prismatic* e *Pulse* - associavam o “API perfil” com a personalização algorítmica. Ainda que esta seja uma questão que mereça mais atenção em futuras investigações, a taxa de insucesso pode revelar que a relação perfil-algoritmo ainda está longe de ser eficiente para a agregação de informação jornalística em dispositivos móveis. Esta é uma proposição que coloca os programadores novamente no centro do debate, pois são eles os responsáveis por adequar os códigos de programação aos *inputs* fornecidos pelo perfil do usuário. Assim, o fracasso dos três aplicativos pode estar relacionado à inabilidade para adequar os algoritmos para a tarefa de personalização dos conteúdos, criando uma barreira para a expansão da base de usuários dos agregadores.

As correlações destacadas nesta subseção revelam que a composição dos aplicativos e a construção de um quadro taxonômico são etapas metodológicas fundamentais para identificar o estado de evolução da agregação de informação jornalística em dispositivos móveis, ao mesmo tempo em que permitem prospectar algumas tendências. Contudo, a limitação do corpus de análise é um fator que impede o escrutínio pormenorizado de algumas variáveis como, por exemplo, as correlações positivas e negativas entre a personalização georreferenciada com outros semipadrões.

Aplicativo	API		Curadoria			Sistema de agregação		Sistema de personalização	
	Identificador	Perfil	Algorítmica	Profissional	Usuário	RSS fechado	RSS aberto	Algorítmica	Georref.
Algo	X		X			X			
Anews	X					X			
Apple News			X	X		X		X	
Breaking News				X					X
BriefMe			X			X			
Circa News				X					
Feedly	X						X		
Flipboard		X	X	X	X		X	X	
Fouth Estate			X		X	X			
Haku	X					X			
Inshorts			X	X		X			
Inside		X	X	X		X		X	
Mosaiscope							X		
News Free							X		
News Republic	X		X				X		
News360	X		X			X		X	X
Newscron				X		X			
Newsdaily						X			
Newsfire			X			X			
Newsify						X	X		
Newsy	X		X						
Niiws			X			X			
Nuzzel		X							
Paper		X	X	X		X			
Prismatic		X	X		X	X		X	
Pulse		X	X	X		X		X	
SmartNews			X			X			
TheJournal.ie			X	X	X	X			

Quadro 2: Taxonomia de aplicativos agregadores  
Fonte: Elaborado pelo autor



# Conclusão

A investigação sobre aplicativos agregadores de informação jornalística para dispositivos móveis à luz da Teoria Ator-Rede ajuda a ampliar as fronteiras do conhecimento científico sobre um fenômeno em plena expansão. Apesar de reconhecer as particularidades inerentes ao objeto de estudo, o desenvolvimento desta tese tentou demonstrar como o problema de pesquisa está associado a uma série de questões correlatas à emergente subárea de estudo do jornalismo móvel.

Cabe ressaltar que toda a investigação empírica sofreu influência direta do período de sua realização. O projeto de pesquisa foi elaborado no ano letivo 2012/2013, período marcado pelo lançamento de diversos aplicativos jornalísticos para dispositivos móveis, muitos dos quais eram agregadores. Predominava o sentimento de que seria possível prosperar por uma espécie de inércia tecnológica. Afinal, se os dispositivos móveis avançavam no tecido social, apps com características inovadoras precisariam apenas de integrar o movimento de smartphones e tablets para avançar junto. Contudo, tal percepção se mostrou parcialmente equivocada.

No primeiro semestre de 2015, quando a investigação começou a ser redigida no formato final de tese, um número significativo de apps que vinham sendo analisados durante o doutoramento havia fracassado ou estava prestes a fracassar. Os relatos de risco integram três aplicativos que tiveram existência efêmera: Circa News, Inside e Prismatic. Outros, porém foram comprados por empresas maiores para sobreviver, promovendo transformações no programa de ação inicial. Este movimento ficou evidente na aquisição do Pulse pelo LinkedIn. No lado oposto, o Flipboard conseguiu se firmar de forma autônoma, passando rapidamente de uma pequena startup para uma empresa avaliada em US\$ 800 milhões.

Desdobramentos e estabilizações que levaram a casos de sucesso e fracasso enriqueceram os relatos de risco e ajudaram a reforçar a necessidade de buscar novas abordagens para estudar inovações sociotécnicas associadas ao jornalismo. Poder-se-ia, claro, optar por simplesmente descartar os aplicativos que não existem mais, contudo, esta atitude serviria apenas para tornar invisíveis muitos mediadores relevantes para o debate sobre o jornalismo móvel. Esta tese defende que levar adiante a pesquisa sobre produtos inovadores que fracassam durante a investigação é benéfico ao conhecimento acadêmico. Em outras palavras: se o insucesso é visto preconceituosamente por muitos investigadores como um “problema” nas ciências da comunicação como um todo e nos estudos em

jornalismo de forma particular, este trabalho demonstra que é melhor reestruturá-lo como um “problema científico”.

Ao indagar a forma como os aplicativos agregadores agem sobre a informação jornalística nos dispositivos móveis, o trabalho ajustou o foco para perceber os indícios de instabilidade que reconfiguram um conceito fundamental. Conforme demonstrado durante a revisão de literatura, a noção de informação jornalística está historicamente vinculada a práticas com características bem delineadas e exercidas no interior de redações profissionais. Além disso, estas redações eram mantidas por empresas que se apresentavam como organizações jornalísticas. Esta perspectiva historicamente consagrada é confrontada pela primeira questão apresentada na problemática:

### **Quem (ou o que) é responsável por filtrar e editar os conteúdos?**

O princípio da simetria generalizada supera o antropomorfismo associado ao jornalismo e incorpora as mais variadas entidades à análise sem partir de concepções previamente determinadas. Ao privilegiar as ações e associações em detrimento de abordagens essencialistas, a Teoria Ator-Rede integra mediadores em geral ignorados ou subjugados na investigação acadêmica.

O exame detalhado das associações heterogêneas revelou que os algoritmos são entidades decisivas nos processos de filtragem e edição de conteúdos nos aplicativos agregadores e, por este motivo, não devem ser enquadrados como meros instrumentos passivos. Pelo contrário, são entidades ativas ou, nos termos da TAR, mediadores dotados de agência que produzem transformações durante as dinâmicas associativas (Latour, 2012).

Os relatos de risco demonstraram a mediação sociotécnica dos algoritmos em diferentes abordagens. Em apps como *Flipboard*, *Prismatic* e *Pulse*, os algoritmos são traduzidos em curadores ininterruptos que vasculham dados dos usuários para filtrar e organizar as informações jornalísticas. Em outras abordagens, os algoritmos podem ser traduzidos em promotores de rankings baseados em interações no interior do aplicativo, como ocorre no *Breaking News*, ou como agente de personalização da narrativa, no caso do *Circa News*.

As mediações e traduções só podem ser qualificadas quando são observadas as associações. Um algoritmo associado a redes sociais age de forma diferente sobre a informação jornalística quando comparado a um algoritmo que se associa à estrutura narrativa. No primeiro caso, os algoritmos são responsáveis por extrair dados de plataformas externas para apresentar conteúdos com base em ações do próprio usuário ou de pessoas às quais ele está conectado. A investigação empírica revelou que o API é um actante fundamental nesta mediação ao agir como interface decisiva entre aplicativo e rede social. O segundo caso é diferente porque os algoritmos se baseiam em dados internos do agregador para

verificar a experiência individual dos usuários com cada novo alerta introduzido na narrativa, evitando repetições desnecessárias.

Apesar das divergências, fica nítida em ambas as abordagens que a informação jornalística sofre a interferência direta de entidades não-humanas. Contudo, esta constatação não deve conduzir à conclusão equivocada de que são os algoritmos que determinam os conteúdos. Tal conclusão se afastaria dos princípios da Teoria Ator-Rede, visto que pressupõe um determinismo tecnológico típico de análises essencialistas. Os algoritmos são entidades híbridas que emergem da confluência de programas de ação provenientes do campo jornalístico e das ciências da computação.

A investigação demonstrou que profissionais da área informática são mediadores fundamentais para compreender como os aplicativos agregadores agem sobre a informação jornalística nos dispositivos móveis. A análise dos apps identificou a formação de equipes mistas com equilíbrio entre o número de jornalistas e informáticos, como a do *Circa News* (figura 20 na página 184). Em outros casos, como verificado no *Inside* (figura 26 na página 197), há predomínio dos informáticos, abrindo espaço para outros mediadores: os curadores *freelancers*.

Contudo, há casos mais emblemáticos deste fenômeno, como demonstrado nas análises sobre apps como *Prismatic*, *Pulse* e *Niiws*. Estes agregadores não possuem jornalistas profissionais em sua equipe, portanto as noções jornalísticas delegadas aos algoritmos são derivadas da percepção de especialistas em computação. A pesquisa revelou que este tipo de mediação pode conduzir a traduções sociotécnicas radicais capazes de provocar rupturas. Uma destas rupturas foi identificada no *Prismatic*, cujo programa de ação delegado ao algoritmo extrapola os limites do jornalismo, como a integração da seção “receita” a um aplicativo agregador de informação jornalística.

Além dos algoritmos, outras entidades não-humanas foram identificadas como agentes de traduções importantes da informação jornalística. Neste âmbito, o software *Trello* (figura 22 na página 186) é um mediador fundamental para a configuração dos “átomos de informação” do *Circa News* (figuras 18 e 19 nas páginas 180 e 181), assim como o GPS integrado aos dispositivos móveis e os satélites artificiais são entidades ativas na reconfiguração dos valores-notícia no *Breaking News*. Neste último, a estação de trabalho dos editores profissionais (figura 37 na página 217) serve como exemplo para confirmar a completa associação de entidades humanas e não-humanas, tornando inequívoca a ação de entidades heterogêneas e dos híbridos sobre a informação jornalística.

A tela sensível ao toque também é um actante importante ao agir sobre o design da informação jornalística adaptada para a ação direta do usuário por meio de gestos manuais (figura 9 na página 165). A ação deste actante depende da associação com o hardware,

pois, conforme demonstrado nos relatos de risco, a dimensão física do dispositivo influencia a mediação. Esta afirmação pode ser confirmada, por exemplo, quando comparados aplicativos agregadores como o *Flipboard* e o *Inside*. Enquanto no primeiro, a mediação sociotécnica da tela sensível ao toque traduz o tablet em uma revista social, no segundo, a interface do smartphone é traduzida em cartões (figura 25 na página 195).

Diante destas evidências, é possível concluir que o estudo do jornalismo, principalmente quando relacionado às emergentes tecnologias móveis, deve incorporar um número cada vez maior de entidades não-humanas na condição de atores qualificados. Abandonar os preconceitos e destacar o papel fundamental de todos os mediadores envolvidos nos coletivos sociotécnicos são atitudes essenciais para responder à segunda questão elencada na problemática:

**O conceito historicamente consagrado de ‘informação jornalística’ é mantido ou alterado?**

Há duas maneiras possíveis de responder a esta indagação: uma voltada às particularidades e outra inclinada às tendências gerais.

A resposta particular exige observar as mediações singulares ocorridas em cada um dos aplicativos. Os sete relatos de risco apresentados no capítulo 6 revelam que os apps possuem diferentes abordagens responsáveis por aproximar ou afastar os conteúdos dos limites tradicionalmente impostos à noção de informação jornalística. Enquanto o *Niiiws* se associa exclusivamente a empresas jornalísticas tradicionais para selecionar e organizar os conteúdos, o *Flipboard* convoca uma série de entidades, incluindo as próprias empresas jornalísticas, mas também as redes sociais on-line e os usuários, para conformar o composto informacional midiático descrito por Primo (2011).

Portanto, é possível concluir que o *Niiiws* atua muito próximo do conceito historicamente consagrado de informação jornalística, enquanto o *Flipboard* tende a alterá-lo. A resposta voltada às particularidades obriga a analisar caso a caso, pois, como destacado no capítulo 4, a modificação (ou substituição) de qualquer elemento altera simultaneamente a configuração do ator-rede. É por isso que a análise dos mediadores e das associações - quem e o que age sobre a informação - precede a investigação acerca das transformações (ou traduções).

Em contraste com as particularidades que obrigam a restringir o alcance da análise, é possível fornecer respostas inclinadas às tendências gerais verificadas durante a investigação empírica sobre os aplicativos. Diante das evidências, é possível dizer que os agregadores possuem elementos que alteram o conceito historicamente consagrado de



informação jornalística a partir de três vetores centrais: os algoritmos, a interface com as redes sociais e a curadoria.

Em todos os aplicativos que compõem o corpus de análise foi identificada a intervenção direta de algoritmos na agregação. A presença destes mediadores foi discutida acima, mas deve ser destacada novamente como um fator de impacto na transformação da informação jornalística. As linguagens de programação servem não apenas como elementos de automatização, mas também como agentes de personalização. Por mais que os jornalistas profissionais tentem aplicar os filtros clássicos na produção e distribuição dos conteúdos, a evolução dos algoritmos, sobretudo os relacionados ao domínio na inteligência artificial, tende a adicionar novos elementos aos critérios de noticiabilidade. Esta tendência encontra evidências empíricas nos relatos de risco sobre o *Prismatic* e o *Breaking News*.

Outro vetor que permite sustentar a alteração do conceito de informação jornalística nos aplicativos agregadores é a crescente interface com as redes sociais on-line. Esta é uma característica que tende a ser reforçada com a expansão crescente das infraestruturas necessárias para consolidação da ubiquidade comunicacional (ver capítulo 1). Os sete relatos de risco apresentam a vinculação entre a prática de agregação de conteúdos e plataformas como *Facebook* e *Twitter*.

A interface com as redes sociais pode atingir um grau de integração total, como ocorre com o *Prismatic*, apesar de o insucesso do aplicativo colocar em dúvida esta abordagem. Contudo, o desenvolvimento do *Pulse* até a vinculação integral com o *LinkedIn* é um exemplo de que a associação entre agregadores e redes sociais pode prosperar. Nesta associação, os conteúdos são elementos de atração para incrementar o tempo de uso e o número de partilhas nas redes sociais. É, por isso, mais uma evidência de que a informação jornalística é um conceito em transformação ainda imerso em controvérsias.

A curadoria é o terceiro vetor de transformação no conceito de informação jornalística associado aos aplicativos agregadores. Conforme defendido no capítulo 4, práticas curatoriais têm sido associadas ao jornalismo digital e a incursão empírica comprovou que esta associação se estende à agregação de conteúdos em dispositivos móveis. A expansão da curadoria jornalística está amparada na ideia de que a informação não é mais um produto final a ser distribuído para uma audiência massiva, mas sim, algo que deve ser constantemente atualizado e compartilhado.

Quando associada às novas tecnologias comunicacionais e ao jornalismo, a curadoria deixa de ser vista como uma atividade individual a cargo de especialistas para se tornar uma prática rotineira que associa elementos humanos e não-humanos. A transformação da noção de informação jornalística deriva da entrada de novos curadores ao circuito: usuários, programadores e algoritmos. O *Flipboard* é o melhor exemplo desta curadoria

mista. Vale ressaltar que a própria atuação do jornalista investido da condição de curador é alvo de transformação, como evidenciado no *Circa News*.

As conclusões sobre os mediadores e as traduções conduzem à terceira e última questão derivada do problema de pesquisa:

**É possível encontrar características comuns entre os aplicativos agregadores?**

De certa forma, a identificação de tendências já apresenta respostas parciais. Contudo, a estabilização dos coletivos sociotécnicos detalhou os quatro semipadrões que permitem organizar o objeto de estudo: API, curadoria, sistema de agregação e sistema de personalização. Apesar de incipiente, a taxonomia apresentada no capítulo 7 é um marco inicial para a exploração destes e de outras características comuns que venham a ser identificadas.

A análise do quadro taxonômico permitiu identificar algumas tendências significativas que podem integrar a agenda de investigação sobre aplicativos agregadores para dispositivos móveis.

A primeira tendência é a expressiva vinculação entre os algoritmos-curadores e o controle das fontes de informação pelo emprego do RSS fechado como sistema de agregação. Este é um ponto de tensão importante para o desenvolvimento do objeto de estudo, visto que a intervenção do usuário sobre a seleção dos conteúdos é deliberadamente limitada pelos desenvolvedores dos aplicativos nos casos em que os algoritmos atuam com mais proeminência na agregação. A pesquisa acadêmica deve estar atenta a possíveis inovações que permitam integrar os usuários como sujeitos ativos em aplicativos que delegam ao software a atividade de selecionar e organizar os conteúdos.

Outra tendência importante é a correlação negativa entre o sistema de agregação por RSS aberto e os sistemas de personalização. O quadro taxonômico permite sustentar que os aplicativos agregadores ainda apresentam limitações significativas à utilização de características inovadoras dos dispositivos móveis. Conforme destacado no capítulo 7, se liberdade de escolha dos conteúdos for considerada como o mecanismo principal de seleção e organização de informação jornalística, os dispositivos móveis tendem a não se diferenciar das plataformas agregadoras de notícias disponíveis na web. Tal constatação volta a reforçar a necessidade de relacionar o objeto de estudo com a teoria do *medium* a fim de explorar as relações entre hardware (smartphones e tablets), software (apps) e usos sociais.

A taxonomia também permitiu verificar a existência de correlação positiva entre as práticas curatoriais associadas ao jornalismo e a visibilidade dos usuários no interior dos

aplicativos. Os agregadores que autorizam a atuação do usuário-curador tendem a reforçar mecanismos para criação de perfil público por meio de APIs. A estratégia garante a identificação dos usuários que atuam como curadores e, desta forma, o perfil age como um elemento de credibilidade caro à informação jornalística. Por outro lado, os perfis públicos geram um sentimento de reconhecimento mútuo e partilha que estreitam cada vez mais as relações entre as práticas curatoriais e as redes sociais on-line.

Por fim, a análise do quadro taxonômico ajudou a destacar uma tendência que merece especial atenção em investigações futuras: a correlação entre API e sistema de personalização. Os três aplicativos da amostra que fracassaram - *Inside*, *Prismatic* e *Pulse* - associavam as subcategorias “API perfil” e “personalização algorítmica”, permitindo sustentar (ao menos em hipótese) uma certa ineficiência na utilização dos inputs fornecidos pelos usuários pelos algoritmos. O dilema inscreve tanto a programação quanto os desenvolvedores ligados às ciências da computação como mediadores relevantes para a investigação acadêmica sobre aplicativos agregadores.

Para além destas tendências, o trabalho empírico deve tentar acompanhar a evolução dos sistemas de personalização. A análise pormenorizada das subcategorias permitiu constatar que este semipadrão ainda é pouco utilizado pelos desenvolvedores de aplicativos agregadores. A evolução tecnológica expande as fronteiras do jornalismo móvel, sendo a personalização algorítmica baseada em dispositivos “*always-on*” e os conteúdos gerados por georreferenciamento, fronteiras promissoras até o momento pouco exploradas.

A investigação permitiu estabelecer uma reflexão crítica sobre as teorias do jornalismo e a ampliação do debate sobre novas abordagens. As teorias clássicas - ou teorias do jornalismo industrial - continuam úteis para a investigação de alguns objetos, bem como para servir de parâmetros conducentes ao estabelecimento de comparações. Porém, o jornalismo pós-industrial começa a se mostrar mais pertinente para estudos relacionados à comunicação móvel. A expansão das redes digitais e dos aparelhos portáteis de conexão amplia consideravelmente as fronteiras do jornalismo.

Tanto a revisão de literatura (Parte I) quanto a empiria (Parte II) apresentaram novos atores, associações emergentes e transformações em curso em diversas esferas da prática jornalística. Em síntese, esta tese sustenta que a investigação estabelecida no século XX tem como marco o jornalismo purificado, no qual o jornalista, as redações profissionais e as empresas do setor se apresentam como objetos de estudo preferenciais. O capítulo 3 demonstrou como as correntes dominantes atuam no sentido de estabelecer os limites para a atuação do jornalista e para a produção da notícia, determinando, por consequência, a exclusão de objetos não-jornalísticos. É neste momento que a Teoria Ator-Rede se mostra pertinente como marco teórico-metodológico da era pós-industrial do

jornalismo. Em vez de qualificar e desqualificar previamente os objetos, é mais adequado observar as entidades e descrever as mediações para compreender as transformações.

A investigação dos aplicativos agregadores de informação jornalística para dispositivos móveis evidenciou a impureza do jornalismo contemporâneo. Conduzir invariavelmente o jornalista para o centro da investigação é uma atitude contraproducente diante da instabilidade demonstrada em diversas partes desta tese. Assim, é preciso tratar a definição de jornalismo de Schudson (2003) detalhadamente examinada no capítulo 3 como uma das possíveis definições. Existem muitos jornalismo e a tarefa da investigação atual é inserir uma nova peça no mosaico (Domingo, Masip & Meijer, 2015) ou novo mapa no atlas (Venturini et al, 2015) jornalístico. Quanto maior o número de elementos justapostos no mosaico ou mais pontos de vista inseridos no atlas, melhor será a compreensão sobre o jornalismo.

A investigação confirmou a hipótese de que os aplicativos agregadores para dispositivos móveis são produtos característicos do jornalismo pós-industrial que estabelecem conexões entre elementos exteriores ao domínio geralmente atribuído ao campo jornalístico e alteram significativamente a noção de informação jornalística. A Teoria Ator-Rede permite abandonar as dicotomias que rotulam as entidades como endógenas e exógenas ao campo jornalístico. A instabilidade dos objetos de estudo é uma premissa dos estudos do jornalismo no século XXI.

Investigações futuras devem estar atentas ao desenvolvimento dos aplicativos agregadores. Em fevereiro de 2016, quando a presente investigação já estava em fase final de redação, o Quartz, site jornalístico ligado ao grupo norte-americano *Atlantic Media*, lançou um aplicativo agregador que simula a interface de um app de mensagem instantânea, como o *WhatsApp*. Alertas curtos produzidos por curadores profissionais surgem na tela e a cada nova atualização é dado um menu com duas ou três opções para o usuário interagir com o conteúdo, sabendo mais informação sobre o tema ou acedendo a outras notícias. O consumo de informação emula um diálogo entre duas pessoas, o que indica uma nova tradução na informação jornalística.

Um aspecto que merece especial atenção da comunidade acadêmica é a emergência de apps vinculadas a grandes corporações jornalísticas cuja missão básica é agregar conteúdos, a exemplo do *NYTNow*, lançado em 2014 pelo *The New York Times* como uma plataforma móvel de últimas notícias. Alguns ex-funcionários do *Circa News* fizeram comentários públicos sobre uma suposta cópia do “modelo atômico” de agregação pelo feito pelo *NYTNow*<sup>292</sup>. O modelo que fracassou em uma pequena startup teria sido copiado por uma grande “*player*” do setor jornalístico? A investigação criteriosa sobre o

---

<sup>292</sup> <https://www.quora.com/What-do-Circa-employees-think-of-NYT-Now>

cruzamento de características de apps produzidas por startups e por grandes conglomerados pode identificar inovações e acrescentar semipadrões ao quadro taxonômico.



## REFERÊNCIAS

- Adjust (2015). *The undead app store: a 2014 retrospective report on App Store performance*. Recuperado em <https://www.adjust.com/assets/downloads/the-undead-app-store.pdf>
- Agar, J. (2013). *Constant touch: a global history of the mobile phone*. [Versão eletrônica em formato Epub]. London, UK: Icon Books.
- Aguado, J.M. (2013). La industria del contenido en la era Post-PC: horizontes, amenazas y oportunidades. In J. Canavilhas (Ed.), *Notícias e Mobilidade: o jornalismo na era dos dispositivos móveis* (pp. 5-32). Covilhã, Portugal: Livros LabCom. Recuperado em <http://www.livroslabcom.ubi.pt/book/94>
- Aguado, J.M., & Castellet, A. (2013). Periodismo móvil e información ubicua. In J. M. Aguado, C. Feijóo, & I.J. Martínez (Eds.), *La comunicación móvil: hacia un nuevo ecosistema digital* (pp 187-217). Barcelona, España: Gedisa.
- Aguado, J.M., & Castellet, A. (2014). Innovar cuando todo cambia: el valor disruptivo de la tecnología móvil en la industria de la información. *Sur le journalisme, About journalism, Sobre jornalismo*, 3(2), 26-39. Recuperado em <http://surlejournalisme.com/rev>
- Aguado, J. M., & Güere, H. (2013). Comunicación móvil, ecosistema digital e industrias culturales. In J. M. Aguado, C. Feijóo, & I.J. Martínez (Eds.), *La comunicación móvil: hacia un nuevo ecosistema digital* (pp 57-77). Barcelona, España: Gedisa.
- Aguado, J.M.; & Martínez, I. J. (2008a). La cuarta pantalla: industria culturales y contenido móvil. In J. M. Aguado, & I. J. Martínez (Eds.), *Sociedad móvil: tecnología, identidad y cultura* (pp. 187-220). Madrid, España: Biblioteca Nueva.
- Aguado, J.M., & Martínez, I.J. (2008b). La comunicación móvil en el ecosistema informativo: de las alertas SMS al Mobile 2.0. *Trípodos*, 23, 107-118.
- Aguiar, P. (2014). Marx explica a Reuters: anotações para leituras da economia política sobre agências de notícias. In: J. A. Silva Junior, M. C. Esperidião, & P. Aguiar (Eds.), *Agências de Notícias: perspectivas contemporâneas*. Recife, Brasil: Editora UFPE.
- Águila-Obra, A.R., Padilla-Meléndez, A., & Serarols-Tarrés, C. (2007). Value creation and new intermediaries on Internet: an exploratory analysis of the online news industry

and the web content aggregators. *International Journal of Information Management*, 27, 187-199. doi: 10.1016/j.ijinfomgt.2006.12.003

Akrich, M., & Latour, B. (1992). A Summary of a Convenient Vocabulary for the Semiotics of Human and Nonhuman Assemblies. In W. Bijker & J. Law (Eds.), *Shaping technology/building society. Studies in sociotechnical change* (pp. 259-264). Cambridge, MA: MIT Press.

Allan, S. (2010). *News culture*, 3th ed. New York, NY: Open University Press.

Altheide, D. L. (2006). *Terrorism and the Politics of Fear*. Oxford, UK: Altamira Press.

Ananny, M. (2015). Creating proper distance through networked infrastructure: Examining Google Glass for evidence of moral, journalistic witnessing. In M. Carlson & S. C. Lewis (Eds.), *Boundaries of journalism: professionalism, practices and participation* (pp. 83-107). New York, NY: Routledge.

Ananny, M., & Crawford, K. (2014). A liminal press: situating news app designers within a field of networked news production. *Digital Journalism*, 3(2), 192-208. doi: dx.doi.org/10.1080/21670811.2014.922322

Anderson, B. (1991). *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*. London, UK: Verso.

Anderson, C. (2006). *A cauda longa: do mercado de massa para o mercado de nicho* (2nd ed.). Rio de Janeiro, Brasil: Campus/Elsevier.

Anderson, C. W. (2011). Blowing up the newsroom: ethnography in an age of distributed journalism. In: D. Domingo & C. Paterson (Eds.), *Making Online News* (vol. 2, pp. 151-160). New York, NY: Peter Lang.

Anderson, C.W. (2013). What aggregators do: towards a networked concept of journalistic expertise in the digital age. *Journalism*, 14(8), 1008-1023. doi: 10.1177/1464884913492460

Anderson, C.W., Bell, E., Shirky, C. (2012). Post-Industrial Journalism: adapting to the present. *Columbia Journalism School - Tow Center for Digital Journalism*. Recuperado em <http://towcenter.org/research/post-industrial-journalism-adapting-to-the-present-2/>



- Anderson, C. W., & Kreiss, D. (2013). Black Boxes as Capacities for and Constraints on Action: Electoral Politics, Journalism, and Devices of Representation. *Qualitative Sociology*, 36, 365-382. doi:10.1007/s11133-013-9258-4
- Andrade, C.D. (2013). *Alguma poesia*. São Paulo, Brasil: Companhia das Letras. (Original publicado em 1930)
- Aoki, K., & Downes, E.J. (2003). An analysis of young people's use of and attitudes toward cell phones. *Telematics and Informatics*, 20, 349-364. doi:10.1016/S0736-5853(03)00018-2
- Apple (2015). *App Store rings in 2015 with new records*. Recuperado em <http://www.apple.com/pr/library/2015/01/08App-Store-Rings-in-2015-with-New-Records.html>
- Arce, T., Alzamora, G., & Salgado, T. B. P. (2014). Mediar, verbo defectivo: contribuições da Teoria Ator-Rede para a conjugação da mediação jornalística. *Contemporânea | Comunicação E Cultura*, 12(03), 495-511.
- Azambuja, P., & Monteiro, M. (2012). Recepção transmidiática : incursões pela Teoria Ator-rede. *Revista Comunicación*, 10(1), 1276-1289.
- Bakker, P. (2012). Aggregation, content farms and Huffinization: The rise of low-pay and no-pay journalism. *Journalism Practice*, 6(5-6), 627-637. doi: 10.1080/17512786.2012. 667266
- Bakker, P. (2014). Mr. Gates Returns: Curation, community management and other new roles for journalists. *Journalism Studies*, 15(5), 596-606. doi:10.1080/1461670X.2014.901783
- Bakshy, E., Messing, S., & Adamic, L. (2015). Exposure to ideologically diverse news and opinion on Facebook. *Science*, June 2015, 1130-1132. doi: 10.1126/science.aaa1160
- Baldasty, G. (1992). *The commercialization of news in the nineteenth century*. Madison, WI: The University of Wisconsin Press.
- Ballon, P. (2009). The platformisation of the european mobile industry. *Communication & Strategies*, 75(3), 15-33.
- Bantz, C. R., McCorkle, S., & Baade, R. C. (1980). The News Factory. *Communication Research*, 7(1), 45-68. doi:10.1177/009365028000700103

- Barbosa, S., & Mielniczuck, L. (Eds.) (2013). *Jornalismo e tecnologias móveis*. Covilhã, Portugal: Livros LabCom. Recuperado em <http://www.livroslabcom.ubi.pt/book/98>
- Barbosa, S., & Seixas, L. (2013). Jornalismo e dispositivos móveis. Percepções, usos e tendências. In S. Barbosa, & L. Mielniczuck (Eds.), *Jornalismo e tecnologias móveis* (pp. 51-73). Covilhã, Portugal: Livros LabCom. Recuperado em <http://www.livroslabcom.ubi.pt/book/98>
- Barbosa, S., Silva, F. F. da, Nogueira, L., & Almeida, Y. (2013). A atuação jornalística em plataformas móveis: Estudo sobre produtos autóctones e a mudança no estatuto do jornalista. *Brazilian Journalism Research*, 9(2), 10-29.
- Barcellos, Z.R., Gonzatto, R., & Bozza, G. (2014). Jornalismo em segunda tela Webjornal produzido com dispositivos móveis em redação virtual. *Sur le journalisme, About journalism, Sobre jornalismo*, 3(2), 84-99. Recuperado em <http://surlejournalisme.com/rev/index.php/slj/article/view/185>
- Bard, R. (2005). *News writing guide: A handbook for student reporters* (4th ed.). New York, NY: iUniverse.
- Barnhurst, K. G., & Nerone, J. (2009). Journalism History. In K. Wahl-Jorgensen & T. Hanitzsch (Eds.), *The Handbook of Journalism Studies* (pp. 17- 28). New York, NY: Routledge.
- Baron, N. S. (2008). *Always on: language in an online and mobile world*. New York, NY: Oxford University Press.
- Barsotti, A., & Aguiar, L. (2014). Duas telas, dois caminhos: a produção de notícias para celular e tablet no panorama dos jornais brasileiros. *Sur le journalisme, About journalism, Sobre jornalismo*, 3(2), 56-69. Recuperado em <http://surlejournalisme.com/rev/index.php/slj/article/view/183>
- Batsell, J. (2015). *Engaged Journalism: Connecting with digitally empowered news audiences*. New York, NY: Columbia University Press.
- Beam, M.A. (2014). Automating the news: how personalized news recommender system design choices impact news reception. *Communication Research*, 41(8), 1019-1041. doi: 10.1177/0093650213497979
- Beam, M.A., & Kosicki, G.M. (2014). Personalized news portals: filtering systems and increased news exposure. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 91(1) 59-77. doi: 10.1177/1077699013514411

- Becker, L. B. (2008). Journalism Education. In W. Donsbach (Ed.), *The international encyclopedia of communication* (pp. 2569-2573). Malden, MA: Blackwell Publishing.
- Bell, D. (1999). *The Coming of Post-Industrial Society: A Venture in Social Forecasting*. New York, NY: Basic Books.
- Bell, E. (2015). It's time we fought back. *British Journalism Review*, 26(1), 34-41.  
doi:10.1177/0956474815575453
- Bentes, I., Belisário, A., Barreto, G., Uchoas, L., & Castro, O. (2008). Midialivristas, universos. *Lugar Comum*, 25-26, 137-141.
- Bloem, J., van Doorn, M., Duivestijn, S., & Sjöström, A. (2012). *The app effect* (2nd ed.). Bariet, the Netherlands: Sogeti.
- Bloor, D. (1991). *Knowledge and Social Imagery* (2nd ed.). Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Bloor, D. (1999). Anti-Latour. *Studies in History and Philosophy of Science*, 30(1), 81-112.
- Boczkowski, P. (2010). *News at work: imitation in an age of information abundance*. Chicago, IL: The University of Chicago Press.
- Boeyink, D. E. (1947). How effective are codes of ethics? A look at three newsrooms. *Journalism Quarterly*, 71(4), 893-904.
- Bolter, J. D., & Grusin, R. (2000). *Remediation: understanding new media*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Borra, E., Laniado, D., Weltevrede, E., Mauri, M., Magni, G., Venturini, T., ... & Kaltenbrunner, A. (2015). A Platform for visually exploring the development of Wikipedia articles, *ICWSM '15 - Proceedings of the 9th International AAAI Conference on Web and Social Media*. Recuperado em [http://airwiki.ws.dei.polimi.it/images/b/b3/Contropedia\\_ICWSM\\_2015.pdf](http://airwiki.ws.dei.polimi.it/images/b/b3/Contropedia_ICWSM_2015.pdf)
- Bourdieu, P. (1983). O campo científico. In R. Ortiz (Ed.), *Pierre Bourdieu: socioiogia* (pp. 122-155). São Paulo, Brasil: Ática.
- Bradshaw, P. (2007). A model to the 21st century newsroom: PT1. The news diamond. Recuperado em <http://onlinejournalismblog.com/2007/09/17/a-model-for-the-21st-centurynewsroom-pt1-the-news-diamond/>

- Braga, J. (2005). Para começar um projeto de pesquisa. *Comunicação & Educação* 10(3), 288-296. doi: [dx.doi.org/10.11606/issn.2316-9125.v10i3p288-296](http://dx.doi.org/10.11606/issn.2316-9125.v10i3p288-296)
- Braga, J. (2012). A prática da pesquisa em Comunicação: abordagem metodológica comotomada de decisões. *E-Compós*, 14(1), 1-33. Recuperado em <http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/view/665>
- Breed, W. (1955). Social Control in the Newsroom: A Functional Analysis. *Social Forces*, 33(4), 326-335. doi: 10.2307/2573002
- Briggs, A. & Burke, P. (2006). *Uma história social da mídia: de Gutenberg à Internet* (2nd ed.) (M. C. P. Dias, Trad., rev. téc. P. Vaz). Rio de Janeiro, Brasil: Jorge Zahar.
- Bruno, F. (2012). Rastros digitais sob a perspectiva da teoria ator-rede. *Revista FAMECOS*, 19(3), 681-704.
- Bruns, A. (2003) Gatewatching, not gatekeeping: Collaborative online news. *Media International Australia Incorporating Culture and Policy*, 107, 31-44.
- Bruns, A. (2005). *Gatewatching: collaborative online news production*. New York, NY: Peter Lang.
- Bruns, A. (2011). Gatekeeping, gatewatching, real-time feedback: new challenges for journalism. *Brazilian Journalism Research*, 7(2). Recuperado em <http://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/355>
- Bruns, A.(2015a) Working the Story: News Curation in Social Media as a Second Wave of Citizen Journalism. In Atton, Chris (Ed.), *The Routledge Companion to Alternative and Community Media* (pp.379-388). London, UK:Routledge.
- Bruns, A. (2015b). From News Blogs to News on Twitter: Gatewatching and Collaborative News Curation. In Stephen Coleman & Deen Freelon (Eds.), *Handbook of Digital Politics* (pp. 325-339). Cheltenham, UK: Edward Elgar. doi: 10.4337/9781782548768.00029
- Bucher, T. (2012). Want to be on the top? Algorithmic power and the threat of invisibility on Facebook. *New Media & Society*, 14(7) 1164-1180. doi: 10.1177/1461444812440159
- Burgos, T. (2013). Design de sites web mobiles e de softwares aplicativos para jornalismo digital em base de dados. In J. Canavilhas (Ed.), *Notícias e Mobilidade: o jornalismo*

- na era dos dispositivos móveis (pp. 319-342). Covilhã, Portugal: Livros LabCom. Recuperado em <http://www.livroslabcom.ubi.pt/book/94>
- Cádima, F.R. (2013). A Google, o sistema de media e a agregação de informação. *Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, 36(1), 19-37. doi: [dx.doi.org/10.1590/S1809-58442013000100002](https://doi.org/10.1590/S1809-58442013000100002)
- Callon, M. (1986a). Society in the making: The study of technology as a tool for sociological analysis. In: (W. E. Bijker, T. P. Hughes, & T. Pinch, Eds.), *The social construction of technological systems: New directions in the sociology and history of technology* (pp. 83-103). Cambridge, MA: MIT Press.
- Callon, M. (1986b). Some Elements of a Sociology of Translation. In J. Law (Ed.), *Power, Action and Belief: A New Sociology of Knowledge?* (pp. 196-223). London, UK: Routledge Kegan & Paul.
- Callon, M. (1999). Actor-network theory—the market test. *The Sociological Review*, 47(S1), 181-195. doi:10.1111/j.1467-954X.1999.tb03488.x
- Cameron, D. (2011). Mobile journalism: A snapshot of current research and practice. In A. Charles & G. Stewart (Eds.), *The end of journalism: news in the twenty-first century* (pp. 63-71). London, UK: Peter Lang.
- Canavilhas, J. (2007). *WeLbnoticia: proposta de modelo periodístico para la WWW*. Covilhã, Portugal: Livros LabCom. Recuperado [em http://www.livroslabcom.ubi.pt/book/49](http://www.livroslabcom.ubi.pt/book/49)
- Canavilhas, J. (2009). Contenidos informativos para móviles: estudio de aplicaciones para iPhone. *Textual & Visual Media*, 2, 61-79. Recuperado em [http://www.textualvisualmedia.com/images/revistas/02/03\\_canavilhas.pdf](http://www.textualvisualmedia.com/images/revistas/02/03_canavilhas.pdf)
- Canavilhas, J. (Ed.) (2013a). *Notícias e mobilidade: o jornalismo na era dos dispositivos móveis*. Covilhã, Portugal: Livros LabCom. Recuperado em <http://www.livroslabcom.ubi.pt/book/94>
- Canavilhas, J. (2013b). Modelos informativos para aparatos móviles: información hipermultimediática y personalizada. In S.G. Molina, J. Canavilhas, M.C. Prieto, C. L. Noriega, & T.C. Cobos (Eds.), *Hacia el periodismo móvil* (pp. 20-32). Santiago de Chile: Revista Mediterránea de Comunicación. Recuperado em <https://sites.google.com/site/librosmediterranea/home/3-hacia-el-periodismo-movil>

- Canavilhas, J. (2013c). *Contenidos periodísticos en el ecosistema líquido: Entre la convergencia y la divergencia*. In F. Irigaray, D. Ceballos, & M. Manna (Eds.). *Webperiodismo en un ecosistema líquido* (pp. 9-24). Rosario, Argentina: Laborde Libros Editor.
- Canavilhas, J., & Rodrigues, C. (2012). O cidadão como produtor de informação: estudo de caso na imprensa online portuguesa. *Estudos em Jornalismo e Mídia*, 9(2), 269-283. doi:10.5007/1984-6924.2012v9n2p269
- Canavilhas, J., & Santana, D. (2011). Jornalismo para plataformas móveis de 2008 a 2011: da autonomia à emancipação. *Líbero*, 28, 53-66. Recuperado em <http://casperlibero.edu.br/wp-content/uploads/2014/05/2-Jornalismo-para-plataformas-m%C3%B3veis-de-2008-a-2011.pdf>
- Canavilhas, J., & Satuf, I. (2013). Jornalismo em transição do papel para o tablet... ao final da tarde. In A. Fidalgo, & J. Canavilhas (Eds.). *Comunicação digital: 10 anos de investigação* (pp. 35-60). Coimbra, Portugal: MinervaCoimbra.
- Canavilhas, J., & Satuf, I. (Eds.). (2015). *Jornalismo para dispositivos móveis: produção, distribuição e consumo*. Covilhã, Portugal: Livros LabCom. Recuperado em <http://www.livroslabcom.ubi.pt/book/137>
- Canavilhas, J., & Satuf, I. (2016). Who Brings the News?: Exploring the Aggregators Apps for Mobile Devices. In J. Aguado, C. Feijóo, & I. Martínez (Eds.), *Emerging Perspectives on the Mobile Content Evolution* (pp. 220-238). Hershey, PA: Information Science Reference. doi:10.4018/978-1-4666-8838-4.ch012
- Canavilhas, J., Satuf, I., Luna, D., & Torres, V. (2014). Jornalistas e tecnoatores: dois mundos, duas culturas, um objetivo. *Esferas*, 3(5), 85-95.
- Cardoso, G., & Amaral, S. (2006). *As notícias da RTP1, SIC, TVI e o on-line*. (Working Report nº 6). Recuperado em OberCom, Investigação e Saber em Comunicação website: <http://www.obercom.pt/client/?newsId=30&fileName=wr6.pdf>
- Carlson, M. (2015). Introduction: The many boundaries of journalism. In M. Carlson & S. C. Lewis (Eds.), *Boundaries of journalism: professionalism, practices and participation* (pp. 1-18). New York, NY: Routledge.
- Carlson, M., & S. C. Lewis (Eds.). (2015). *Boundaries of journalism: professionalism, practices and participation*. New York, NY: Routledge.

- Carlson, M., & Usher, N. (2015). News Startups as Agents of Innovation. *Digital Journalism*, 0811(September), 1-19. doi:10.1080/21670811.2015.1076344
- Carpenter, S. (2008). How online citizen journalism publications and online newspapers utilize the objectivity standard and rely on external sources. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 85(3), 531-548. doi: 10.1177/107769900808500304
- Castellet, A. (2012). *El ecosistema del contenido móvil: actores, líneas de evolución y factores de disrupción*. (Tese de Doutorado, Universidad de Murcia, Murcia, España). Recuperado em <https://digitum.um.es/xmlui/handle/10201/28996>
- Castellet, A., & Feijó, C. (2013). Los actors en el ecosistema móvil. In J. M. Aguado, C. Feijó, & I.J. Martínez (Eds.), *La comunicación móvil: hacia un nuevo ecosistema digital* (pp. 27-56). Barcelona, España: Gedisa.
- Castells, M. (1996). *The rise of the network society. The Information Age: economy, society, and culture, Volume I*. Oxford, UK: Blackwell Publishers.
- Castells, M. (2010). *The rise of the network society* (2nd ed. Vol. 1). Malden, MA: Wiley-Blackwell.
- Castells, M., Fernández-Ardèvol, M., Qiu, J.L., & Sey, A. (2007). *Mobile communication and society: a global perspective*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Castilho, C. A., & Coelho, C. C. S. A. (2014). Curadoria de notícias e jornalismo na produção de conhecimento. *Estudos Em Jornalismo E Mídia*, 11(1), 305-313. doi:<http://dx.doi.org/10.5007/1984-6924.2014v11n1p305>
- Chadha, M. (2015). What I am versus what I do: Work and identity negotiation in hyperlocal news startups. *Journalism Practice*, 1-18. doi:10.1080/17512786.2015.1046994
- Chan, M. (2015). Examining the influences of news use patterns, motivations, and age cohort on mobile news use: The case of Hong Kong. *Mobile Media & Communication*, 2(3), 179-195. doi: 10.1177/2050157914550663
- Charaudeau, P.(2006). *O discurso das mídias*. São Paulo, Brasil: Contexto.
- Charron, J., Damian-Gaillard, B., & Travancas, I. (2014). Os invisíveis do jornalismo. *Sur Le Journalisme, About Journalism, Sobre Jornalismo*, 3(1), 14-17.

- Chun, W.H.K. (2006). Introduction: Did somebody say new media?. In W. H. K. Chun & T. W. Keenan (Eds), *New media, old media: a history and theory reader* (pp. 1-10). New York, NY: Routledge.
- Cole, A. (2013). The Call of Things: A Critique of Object-Oriented Ontologies. *The Minnesota Review*, 80, 106-118. doi:10.1215/00265667-2018414
- Colussi, J. (2013). Nuevos géneros en el contenido de los blogs periodísticos publicado desde dispositivos móviles. In J. Canavilhas (Ed.), *Notícias e Mobilidade: o jornalismo na era dos dispositivos móveis* (pp. 343-362). Covilhã, Portugal: Livros LabCom. Recuperado em <http://www.livroslabcom.ubi.pt/book/94>
- comScore (2015). *comScore Reports March 2015 U.S. Smartphone Subscriber Market Share*. Recuperado em <http://www.comscore.com/Insights/Market-Rankings/comScore-Reports-March-2015-US-Smartphone-Subscriber-Market-Share>
- Cordeiro, P. (2005). Rádios temáticas: perfil da informação radiofónica em Portugal. O caso da TSF. Covilhã, Portugal: Universidade da Beira Interior, *Biblioteca OnLine de Ciências da Comunicação. BOCC*. Recuperado em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/cordeiro-paula-o-caso-tsf.pdf>
- Cormen, T. H. (2013). *Algorithms unlocked*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Cornu, D. (1999). *Jornalismo e Verdade: para uma ética da informação*. Lisboa, Portugal: Instituto Piaget.
- Corrêa, E. S. (Ed.). (2012). *Curadoria digital e o campo da comunicação* (1st ed.). São Paulo, Brasil: ECA/USP. Recuperado em [http://issuu.com/grupo-ecausp.com/docs/ebook\\_curadoria\\_digital\\_usp](http://issuu.com/grupo-ecausp.com/docs/ebook_curadoria_digital_usp)
- Corrêa, E.S., & Bertocchi, D. (2012). O papel do comunicador num cenário de curadoria algorítmica de informação. In E.S. Corrêa (Ed.), *Curadoria digital e o campo da comunicação* (pp. 22-39). São Paulo: ECA/USP. Recuperado em [http://issuu.com/grupo-ecausp.com/docs/ebook\\_curadoria\\_digital\\_usp](http://issuu.com/grupo-ecausp.com/docs/ebook_curadoria_digital_usp)
- Corrêa, E. S., & Madureira, F. (2010). Jornalista cidadão ou fonte de informação: estudo exploratório do papel do público no jornalismo participativo dos grandes portais brasileiros. *Estudos em Comunicação*, 1, 157-184.
- Correia, J. C. (2011). *O admirável mundo das notícias: teorias e métodos*. Covilhã, Portugal: Livros LabCom. Recuperado em <http://www.livroslabcom.ubi.pt/book/26>



- Cosley, D. (2003). Is seeing believing? How recommender interfaces affect users' opinions. *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 585-592. doi: dx.doi.org/10.1145/642611.642713
- Costa, C. T. (2014). Um modelo de negócio para o jornalismo digital. *Revista de Jornalismo da ESPM*, 9(3), p. 51-115. Recuperado em [http://www.espm.br/download/2012\\_revista\\_jornalismo/Revista\\_de\\_Jornalismo\\_ESPM\\_9/](http://www.espm.br/download/2012_revista_jornalismo/Revista_de_Jornalismo_ESPM_9/)
- Cottle, S. (2007). Ethnography and News Production: New(s) Developments in the Field. *Sociology Compass*, 1(1), 1-16. doi:10.1111/j.1751-9020.2007.00002.x
- Couldry, N. (2008). Actor network theory and media: do they connect and on what terms? In: A. Hepp, F. Krotz, S. Moores, & C. Winter (Eds.), *Connectivity, Networks and Flows: Conceptualizing Contemporary Communications* (pp. 93-110). New Jersey, NJ: Hampton Press.
- Couldry, N. (2012). *Media, society, world: social theory and digital media Practice*. Cambridge, UK: Polity Press.
- Crawford, C. S. (2005). Actor Network Theory. In: G. Ritzer (Ed.), *Encyclopedia of Social Theory* (Vol. I, pp. 1-3). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Czarniawska, B. (2004). On Time, Space, and Action Nets. *Organization*, 11(6), 773-791. doi:10.1177/1350508404047251
- D'Andréa, C. & Ziller, J. (2014). *#BHnasRuas: uma experiência de cobertura colaborativa*. Belo Horizonte, Brasil: Letramento.
- Dawkins, R. (1988). *O relojoeiro cego: a teoria da evolução contra o desígnio divino* (Isabel Arez, trad.). Coimbra, Portugal: Edições 70.
- De Maeyer, J., & Le Cam, F. (2015). The Material Traces of Journalism. *Digital Journalism*, 3(1), 85-100. doi:10.1080/21670811.2014.928021
- DeFleur, M. L., & Ball-Rokeach, S. (1993). *Teorias da comunicação de massa*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.
- Deuze, M. (2011). Media life. *Media, Culture & Society*, 33(1), 137-148. doi:10.1177/0163443710386518

- Deuze, M., & Witschge, T. (2015). Além do Jornalismo. *Leituras do Jornalismo*, 02(02), 1-31.
- Dimaggio, A. (2008). *Mass Media, Mass Propaganda: Understanding the News in the 'War on Terror'*. Lanham, MD: Lexington Books.
- Domingo, D. (2011). Managing Audience Participation: Practices, workflows and strategies. In J. B. Singer, A. Hermida, D. Domingo, A. Heinonen, S. Paulussen, T. Quandt, ... M. Vujnovic (Eds.), *Participatory Journalism: Guarding open gates at online newspapers* (pp. 76-95). West Sussex, UK: Wiley-Blackwell.
- Domingo, D., & Le Cam, F. (2015). Journalism beyond the boundaries The collective construction of news narratives. In M. Carlson & S. C. Lewis (Eds.), *Boundaries of journalism: professionalism, practices and participation* (pp. 137-152). New York, NY: Routledge.
- Domingo, D., Masip, P., & Meijer, I. C. (2015). Tracing Digital News Networks. *Digital Journalism*, 3(1), 53-67. doi:10.1080/21670811.2014.927996
- Domingues, J. A. (2010). *O Paradigma mediológico: Debray depois de McLuhan*. Covilhã, Portugal: Livros LabCom. Recuperado em <http://www.livroslabcom.ubi.pt/book/33>
- Durkheim, E. (2007). As regras do Método Sociológico (P. Neves, Trad., rev. E. Brandão). São Paulo, Brasil: Martins Fontes.
- Edo, C. (2013). Las tabletas pueden renovar la lectura de periódicos. In S. Barbosa, & L. Mielniczuck (Eds.), *Jornalismo e tecnologias móveis* (pp. 75-88). Covilhã, Portugal: Livros LabCom. Recuperado em <http://www.livroslabcom.ubi.pt/book/98>
- Ellul, J. (1964). *The technological society* (J. Wilkinson, Trad.). New York, NY: Vintage Books.
- Ericson, R. V., Baranek, P. M., & Chan, J. B. (1987). *Visualizing deviance: a study of news organization*. Toronto, Canada: University of Toronto Press.
- Escobar, J. (2009). Blogs como nova categoria de webjornalismo. In: A. Amaral, R. Recuero, & S. Montardo (Eds.), *Blogs.Com: estudos sobre blogs e comunicação* (pp.217-235). São Paulo, Brasil: Momento Editorial.
- Featherstone, M. (2009). Ubiquitous media: an introduction. *Theory, Culture & Society*, 26(2-3), 1-22. doi:10.1177/0263276409103104

- Feijóo, C., Maghiros, I., Abadie, F., & Gómez-Barroso, J. (2009). Exploring a heterogeneous and fragmented digital ecosystem: mobile content. *Telematics and Informatics*, 26, 282-292. doi:10.1016/j.tele.2008.11.009
- Feijóo, C., Pascu, C., Misuraca, G., & Lusoli, W. (2009). The next paradigm shift in the mobile ecosystem: mobile social computing and the increasing relevance of users. *Communications & Strategies*, 75, 57-77. Recuperado em [http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=1559162](http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1559162)
- Felinto, E. (2013). Meio, mediação, agência: a descoberta dos objetos em Walter Benjamin e Bruno Latour. *Revista E-Compós*, 16(1).
- FENAJ (2007). *Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros*. Recuperado em [http://www.fenaj.org.br/federacao/cometica/codigo\\_de\\_etica\\_dos\\_jornalistas\\_brasileiros.pdf](http://www.fenaj.org.br/federacao/cometica/codigo_de_etica_dos_jornalistas_brasileiros.pdf).
- Fenwick, T., & Edwards, R. (2010). *Actor-Network Theory in Education*. London, UK: Routledge.
- Fidalgo, A. (2009). Pushed news: when news comes to the cellphone. *Brazilian Journalism Research*, 5(2), 113-124. Recuperado em <http://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/214>
- Fidalgo, A., & Canavilhas, J. (2009). Todos os jornais no bolso: pensando o jornalismo na era do celular. In C. Rodrigues (Ed.), *Jornalismo on-line: modos de fazer* (pp. 99-117). Rio de Janeiro, Brasil: Ed. PUC-Rio/Sulina.
- Fidler, R. (1997). *Mediamorphosis: understanding new media*. Thousand Oaks, CA: Pine Forge Press.
- Finkelstein, E. (2005). *Syndicating web sites with RSS feeds for dummies*. Hoboken, NJ: Wiley Publishing.
- Fioravanti, C., & Velho, L. (2010). Let's follow the actors! Does Actor-Network Theory have anything to contribute to science journalism? *Journal of Science Communication*, 9(4), 1-9.
- Fishman, M. (1980). *Manufacturing the News*. Austin, TX: Texas University Press.
- Foletto, L. (2011). Transparência na apuração em blogues jornalísticos. *Estudos em Jornalismo e Mídia*, 8(2), 459-470. doi:<http://dx.doi.org/10.5007/1984-6924.2011v8n2p459>

- Foster, R. (2012). News Plurality in a Digital World. *Reuters Institute for the Study of Journalism*. Recuperado em <http://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/News%20Plurality%20in%20a%20Digital%20World.pdf>
- Gangadharbatla, H., Bright, L.F., & Logan, K. (2014). Social Media and News Gathering: Tapping into the Millennial Mindset. *The Journal of Social Media in Society* 3(1), 45-63.
- Gans, H. J. (1979). *Deciding what's news: A study of CBS evening news, NBC nightly news, Newsweek, and Time*. Evanston, IL: Random House.
- Gardner, H., & Davis, K. (2013). *The app generation: how today's youth navigate identity, intimacy, and imagination in a digital world*. New Haven, CT: Yale University Press.
- Gergen, K. J. (2004). The challenge of absent presence. In J. E. Katz, & M. A. Aakhus (Eds.), *Perpetual contact: mobile communication, private talk, public performance* (pp. 227-241). Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Gibson, J.J. (2015). *The ecological approach to visual perception* (Classic Edition). New York, NY: Psychology Press. (Original publicado em 1979)
- Gillmor, D. (2004). *We the Media Grassroots: Journalism by the People, for the People*. Sebastopol, CA: O'Reilly Media.
- Gitelman, L. (2006). *Always already new: media, history, and the data of culture*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Gleick, J. (2012). *Informação: uma história, uma teoria, um dilúvio* (A. L. Cardoso, Trad.). Lisboa: Círculo de Leitores.
- Glottz, P., Bertschi, S., & Locke, C. (Eds.). (2005). *Thumb culture: the meaning of mobile phones for society*. New Brunswick, NJ: Transaction Publishers.
- Goggin, G. (2006). *Cell phone culture: mobile technology in everyday life*. London, UK: Routledge.
- Goggin, G. (2011). Ubiquitous apps: politics of openness in global mobile cultures. *Digital Creativity*, 22(3), 148-159. doi: [dx.doi.org/10.1080/14626268.2011.603733](https://doi.org/10.1080/14626268.2011.603733)
- Goggin, G. (2012). The iPhone and Communication. In L. Hjorth, J. Burgess, & I. Richardson (Eds.), *Studying mobile media: cultural technologies, mobile communication, and the iPhone* (pp. 11-27). New York, NY: Routledge.

- Goggin, G. (2014). Facebook's mobile career. *New Media & Society*, 16(7), 1068-1086. doi: 10.1177/1461444814543996
- Goldsmith, B. (2014). The smartphone app economy and app ecosystems. In Goggin, G., & Hjort, L. *The Routledge Companion to Mobile Media* (pp. 171-180). New York, NY: Routledge.
- Google News (online). *Sobre o Google Notícias*. Recuperado em [http://news.google.com/intl/pt-BR\\_ALL/about\\_google\\_news.html](http://news.google.com/intl/pt-BR_ALL/about_google_news.html)
- Gradim, A. (2000). *Manual de jornalismo*. Covilhã, Portugal: Livros Labcom. Recuperado em <http://www.livroslabcom.ubi.pt/book/64>
- Graham, H. (2009). *Prince of Networks: Bruno Latour and Metaphysics*. Melbourne, Australia: re.press.
- Groff, F. C. *Contribuição ao estudo da curadoria de bens na execução: o Curator Bonorum da Bonorum Venditio* (Dissertação de Mestrado, Universidade de São Paulo, Brasil). Recuperado em <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/2/2131/tde-13122010-160122/en.php>
- Grusin, R. (2010). *Premediation: affect and mediality after 9/11*. New York, NY: Palgrave Macmillan.
- Guerrini, F. (2013). *Newsroom Curators & Independent Storytellers: Content Curation as a new form of journalism*. Reuters Institute for the Study of Journalism. Oxford, UK. Recuperado em <http://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/publication/newsroom-curators-and-independent-storytellers>
- Guyer, B., Puustinen, R., Urschbach, C., & Dumitriu, D. (2009). *BBC mobile style guide 1.1: global visual language for the mobile web*. Recuperado em [http://downloads.bbc.co.uk/guidelines/mobile\\_guide\\_v1.1\\_compressed.pdf](http://downloads.bbc.co.uk/guidelines/mobile_guide_v1.1_compressed.pdf)
- Habermas, J. (1984). *Mudança estrutural da esfera pública: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa* (F. Kothe, Trad.). Rio de Janeiro, Brasil: Tempo Brasileiro.
- Hampton, M. (2010). The fourth estate ideal in journalism history. In S. Allan (Ed.), *The Routledge companion to news and journalism* (pp. 3-12.) New York, NY: Routledge
- Harrison, J. (2006). *News*. Abingdon, UK: Routledge.

- Havelock, E. (1963). *Preface to Plato*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Hemmingway, E. (2008). *Into the Newsroom: Exploring the digital production of regional television News*. Oxon, UK: Routledge.
- Hermida, A. (2014). *Tell Everyone: Why We Share and Why It Matters*. Toronto, Canada: Doubleday Canada.
- Hernández, A. A., & da Marques, I. C. (2008). Dos estudos de laboratório aos estudos de coletivos heterogêneos, passando pelos agenciamentos econômicos. Entrevista com Michel Callon. *Sociologias*, 10(19), 302-321.
- Hilbert, R. A. (2005). Ethnomethodology. In: G. Ritzer (Ed.), *Encyclopedia of Social Theory* (Vol. I, pp. 252-257). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Hillebrand, F. (2010). Global market development. In F. Hillebrand (Ed.), *Short message service (SMS): the creation of global personal text messaging* (pp. 125-130). Chichester, UK: John Wiley & Sons.
- Hirst, M. (2011). *News 2.0: Can journalism survive the Internet?* Sydney, Australia: Allen & Unwin.
- Holanda, A. (2014a). *Traduzindo o jornalismo para tablets como a Teoria Ator-Rede*. (Tese de Doutorado, Universidade Federal da Bahia, Salvador, Brasil). Recuperado em <http://poscom.tempsite.ws/wp-content/uploads/2011/05/Andr%C3%A9-Holanda1.pdf>
- Holanda, A. (2014b). Jamais fomos autônomos. Mídiação para além da purificação moderna. *Contemporânea | Comunicação e Cultura*, 12(3), 478-494.
- Houdart, S. (2015). Humanos e Não Humanos na Antropologia. *ILHA*, 17(2), 13-29. doi:<http://dx.doi.org/10.5007/2175-8034>
- Howarth, A. (2015). Exploring a curatorial turn in journalism. *M/C Journal*, 18(4).
- Howe, P. (2013). Moochers no more: how the news 'aggregators' are scoring scoops with original reporting. *Gateway Journalism Review*, Winter Edition, 35.
- Incollingo, J. (2014). *User engagement with the mobile news content of the philadelphia inquirer and the philadelphia daily news*. (Tese de Doutorado, University of Maryland, Maryland, Estados Unidos). Recuperado em <http://drum.lib.umd.edu/handle/1903/16182>

- Innis, H. A. (1986). *Empire and Communications*. Victoria, Canada: Press Porcépic.  
(Original publicado em 1950)
- Innis, H. A. (2011). *O viés da comunicação* (L.C. Martino, Trad.). Petrópolis, Brasil: Vozes.  
(Original publicado em 1951)
- Irigaray, F. (Ed.). *Reflexiones móviles: el periodismo en la era de la movilidad*. Rosario, Argentina: UNR Editora. Recuperado em <http://rehip.unr.edu.ar/handle/2133/3832>
- Isaacson, W. (2014). *Os inovadores: uma biografia da revolução digital* (B. Vargas, L.V. Machado, P.M. Soares, Trad.). São Paulo, Brasil: Companhia das Letras.
- Isabell, K. (2010). The rise of the news aggregator: legal implications and best practices. *Citizen Media Law Project, The Berkman Center for Internet & Society at Harvard University*. Recuperado em <http://www.dmlp.org/sites/citmedialaw.org/files/news%20aggregation%20white%20paper.pdf>
- Jasanoff, S., Markle, G., Peterson, J. C., & Pinch, T. (Eds.). (1995). *Handbook of science and technology studies* (Rev. ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Jasiewicz, M.I. (2012). Copyright protection in an opt-out world: implied license doctrine and news aggregators. *The Yale Law Journal*, 122(3), 837-850. Recuperado em <http://www.yalelawjournal.org/comment/copyright-protection-in-an-opt-out-world-implied-license-doctrine-and-news-aggregators->
- Jenkins, H., Ford, S., & Green, J. (2013). *Spreadable media: creating value and meaning in a networked culture*. New York, NY: New York University Press.
- Ju, A., Jeong, S., & Chyi, H. (2014). Will Social Media Save Newspapers? Examining the effectiveness of Facebook and Twitter as news platforms. *Journalism Practice*, 8(1). doi: 10.1080/17512786.2013.794022
- Katz, E., Blumler, J. & Gurevitch, M. (1973). Uses and gratifications research. *Public Opinion Quarterly*, (37)4, 509-523. doi: 10.1086/268109
- Katz, J. E., & Aakhus, M. A. (Eds.). (2004). *Perpetual contact: mobile communication, private talk, public performance*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Kaur, P., & Sharma, S. (2014). Google Android a mobile platform: a review. *Proceedings of Recent Advances in Engineering and Computational Sciences (RAECS)*, 1-5. doi: 10.1109/RAECS.2014.6799598

- Keeble, R. (2009). *Ethics for Journalists* (2nd ed.). Oxon, UK: Routledge.
- Kepplinger, H.M. (2008). Media Effects. In W. Donsbach (Ed.), *The international encyclopedia of communication* (pp. 2871-2883). Malden, MA: Blackwell Publishing.
- Kerckhove, D. (1989). McLuhan and the "Toronto School of Communication". *Canadian Journal of Communications*, Special Issue, 73-79.
- Khun, T. S. (1998). *A estrutura das revoluções científicas* (5ª ed.). São Paulo, Brasil: Editora Perspectiva. (Obra original publicada em 1962)
- Klemens, G. (2010). *The cellphone: the history and technology of the gadget that changed the world*. Jefferson, NC: McFarland & Company.
- Koskinen, I. (2008). Mobile multimedia: uses and social consequences. In J. Katz (Ed.), *Handbook of mobile communication studies* (pp.241-255). Cambridge, MA: MIT Press.
- Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2001). *The elements of journalism: what newspeople should know and the public should expect*. New York, NY : Three Rivers Press.
- Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2010). *Blur: how to know what's true in the age of information overload*. New York, NY: Bloomsbury.
- Küng, L. (2015). *Innovators in Digital News*. London, UK: IB Tauris.
- Lash, S. (2002). *Critique of information*. London, UK: Sage Publications.
- Latour, B. (1988). *The Pasteurization of France* (A. Sheridan & J. Law, Trans.). Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Latour, B. (1992). Where are the missing masses? The sociology of a few mundane artifacts. In W. Bijker & J. Law (Eds.), *Shaping technology/building society. Studies in sociotechnical change* (pp. 225-258). Cambridge, MA: MIT Press.
- Latour, B. (1994a). *Jamais fomos modernos: Ensaio de Antropologia Simetrica* (C. I. Costa, Trad.). Rio de Janeiro, Brasil: Editora 34.
- Latour, B. (1994b). On Technical Mediation. *Common Knowledge*, 3(2), 29-64.
- Latour, B. (1996). *Aramis, or the love of technology*. Cambridge, MA: Harvard University Press.



- Latour, B. (1999a). *Pandora's hope: essays on the reality of science studies*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Latour, B. (1999b). For David Bloor... and beyond: A reply to David Bloor's "Anti- Latour." *Studies in History and Philosophy of Science*, 30A(1), 113-129.
- Latour, B. (2000). *Ciência em ação: Como seguir cientistas e engenheiros sociedade afora*. (I. C. Benedetti, Trad., rev. J. P. Assis). São Paulo, Brasil: Editora Unesp.
- Latour, B. (2012). *Reagregando o social: Uma introdução à Teoria Ator-Rede* (G. C. C. Sousa, Trad.). Salvador, Brasil: Ed UFBA/Bauru, Brasil: Edusc.
- Latour, B. (2015). Faturas/Fraturas: da noção de rede à noção de vínculo. *ILHA*, 16(2), 123-146. doi:<http://dx.doi.org/10.5007/2175-8034>
- Latour, B., Jensen, P., Boullier, D., Grauwin, S., & Venturini, T. (2014). O todo é sempre menor que as partes: um teste digital acerca das mônadas de Gabriel Tarde. *Parágrafo*, 2(3), 7-25. doi:10.1007/s13398-014-0173-7.2
- Latour, B., & Woolgar, S. (1997). *A vida de laboratório: a produção de fatos científicos*. Rio de Janeiro, Brasil: Relume Dumará.
- Lau, M. (2010). Who wants yesterday's papers? The technological and social dynamics of mainstream news aggregators. In V. Chan (Ed.), *The book of MPub: new perspectives on technology and publishing* (pp. 111-119) [Versão eletrônica em formato Epub]. Vancouver, Canada: CCPS Press.
- Law, J. (1986). On the Methods of Long Distance Control: Vessels, Navigation, and the Portuguese Route to India. In J. Law (Ed.), *Power, Action and Belief: A New Sociology of Knowledge?* (pp. 234-263). London, UK: Routledge Kegan & Paul.
- Law, J. (1991). Introduction: monsters, machines and sociotechnical relations. In: J. Law (Ed.), *A Sociology of Monsters: Essays on Power, Technology and Domination*. London, UK: Routledge.
- Lazarsfeld, P., Berelson, B., & Gaudet, H. (1948). *The People's Choice: How the Voter Makes Up His Mind in a Presidential Campaign*. New York, NY: Columbia University Press.
- Lazarsfeld, P., & Merton, R. (1957). Mass communication, popular taste and organized social action. In B. Rosenberg & D. White (Eds.), *Mass Culture: the popular arts in America* (pp 457-473). New York, NY: The Free Press.

- Lemos, A. (2007). Cidade e mobilidade. Telefones celulares, funções pós-massivas e territórios informacionais. *Matrizes*, 1, 121-137.
- Lemos, A. (2011). Things (and People) are the Tools of the Revolution. *Revista poliTICs* 9, 13-20. Recuperado em <https://politics.org.br/edicoes/things-and-people-are-tools-revolution>
- Lemos, A. (2013). *A comunicação das coisas: teoria ator-rede e cibercultura*. São Paulo, Brasil: Annablume.
- Lemos, A. (2015). A crítica da crítica essencialista da cibercultura. *Matrizes*, 9(1), 29-51. doi:10.11606/issn.1982-8160.v9i1p29-51
- Lemos, A. (2016). Contra a crítica abstrata. Tréplica a Francisco Rüdiger. *Matrizes*, 10(1), 67-90. doi: 10.11.606/issn.1982-8160.v10.i1p.67-90
- Lemos, A., & Holanda, A. (2013). Do Paradigma ao Cosmograma: Sete Contribuições da Teoria Ator-Rede para a Pesquisa em Comunicação. In: *XXII Encontro Anual da Compós*, Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação. Bahia, Brasil. Recuperado em [http://compos.org.br/data/biblioteca\\_2050.pdf](http://compos.org.br/data/biblioteca_2050.pdf)
- Lerman, K. (2007). Social information processing in news aggregation. *IEEE Internet Computing*, 11(6), 16-28, November/December 2007. doi: doi.ieeecomputersociety.org/10.1109/MIC.2007.136
- Levinson, P. (2004). *Cellphone: the history of the world's most mobile medium and how it has transformed everything!*. New York, NY: Palgrave Macmillan.
- Lewis, S.C. (2015). Epilogue: Studying the boundaries of journalism: Where do we go from here? In M. Carlson & S. C. Lewis (Eds.), *Boundaries of journalism: professionalism, practices and participation* (pp. 218-228). New York, NY: Routledge.
- Lewis, S. C., & Westlund, O. (2014). Actors, Actants, Audiences, and Activities in Cross-Media News Work. *Digital Journalism*, 3(1), 19-37. doi:10.1080/21670811.2014.927986
- Ling, R. (2004). *The mobile connection: the cell phone's impact on society*. San Francisco, CA: Morgan Kaufmann Publishers.
- Ling, R. (2012). *Taken for grantedness: the embedding of mobile communication into society*. Cambridge, MA: MIT Press.

- Ling, R., Sundsøy, P.R. (2010). The iPhone and mobile access to the internet. In J.R. Höflich, G.F. Kircher, C. Linke, & I. Scholote (Eds.). *Mobile media and the change of everyday life* (pp. 213-223). Frankfurt, Germany: Peter Lang.
- Longhi, R., & Sousa, M. de C. de. (2012). A dinâmica da notícia na internet: organizações jornalísticas e atores da rede. *Contemporanea | Comunicação E Cultura*, 10(3), 511-529.
- Lord, C. S. (1922). *The young man and the journalism*. New York, NY: The MacMillian Company.
- Lowrey, W., & Gade, P. J. (2011). *Changing the News: The Forces Shaping Journalism in Uncertain Times*. New York, NY: Routledge.
- MacKinnon, R. (2012). *Consent of the networked: the worldwide struggle for internet freedom*. New York, NY: Basic Books.
- Manovich, L. (2001). *The language of new media*. Cambridge, MA: MIT press.
- Manovich, L. (2013). *Software takes command: extending the language of new media*. New York, NY: Bloombury.
- Mansell, R. (2008). Technology and Communication. In W. Donsbach (Ed.), *The international encyclopedia of communication* (pp. 5011-5023). Malden, MA: Blackwell Publishing.
- Maras, S. (2013). *Objectivity in Journalism*. Cambridge, UK: Polity Press.
- Marcondes Filho, C. (1986). O capital da notícia: jornalismo como produção social da segunda natureza (Vol. 121). São Paulo, Brasil: Editora Ática.
- Martin, B., & Ringham, F. (2000). *Dictionary of Semiotics*. London, UK: Cassell.
- Martin, B. R., Nightingale, P., & Yegros-Yegros, A. (2012). Science and technology studies: Exploring the knowledge base. *Research Policy*, 41, 1182-1204.  
doi:10.1016/j.respol.2012.03.010
- Martinez, M. L., & Ferreira, S. M. S. (2010). The “Black’s Wheel”: a technique to develop hypermedia narratives. Recuperado em <https://online.journalism.utexas.edu/2010/papers/MartinezFerreira10.pdf>
- Martins Filho, E. L. (1997). *Manual de Redação e Estilo de O Estado de S. Paulo (3rd ed.)*. São Paulo, Brasil: O Estado de S. Paulo.

- Martins, A. V. (2012, Outubro). A memória a partir da teoria ator-rede: descrevendo actantes nos sites do Estadão e da Folha de S. Paulo. In *Actas do Simposio em Tecnologias Digitais e Sociabilidade, Práticas Interacionais em Rede*, Salvador, Brasil.
- Martins, A., & Reis, A. (2014). Sobre a migração de conceitos: uma discussão necessária. *DataGramZero*, 15(1). Recuperado em [http://www.dgz.org.br/fev14/F\\_I\\_aut.htm](http://www.dgz.org.br/fev14/F_I_aut.htm)
- Martins, B. C. (2007). Slashdot.org um caso de produção de conhecimento em rede. *Inteligência Empresarial*, 30, 20-28.
- Martyn, P.H. (2009). The mojo in the third millennium. *Journalism Practice*, 3(2), 196-215. doi: 10.1080/17512780802681264
- Marvin, C. (1988). *When old technologies were new: thinking about electric communication in the late nineteenth century*. New York, NY: Oxford University Press.
- Mattelart, A., & Mattelart, M. (1997). *Historia de las teorías de la comunicación* (A. L. Ruiz & F. Egea, Trad.). Barcelona, España: Paidós.
- Matviyenko, S. (2014). Introduction. In: P. Miller, & S. Matviyenko (Eds.), *The imaginary app* (pp.xxvii-xxxv). Cambridge, MA: MIT Press.
- McChesney, R. (2013). *Digital disconnect: how capitalism is turning the Internet against democracy*. New York, NY: The New Press.
- McLuhan, M. (1990). *Os meios de comunicação como extensões do homem (understanding media)* (D. Pignatari, Trad.). São Paulo, Brasil: Cultrix. (Original publicado em 1964)
- McLuhan, M., & Fiore, Q. (2001a). *The medium is the massage: an inventory of effects*. Corte Madera, CA: Gingko Press. (Original publicado em 1967)
- McLuhan, M., & Fiore, Q. (2001b). *War and peace in the global village* (3rd ed.). Corte Madera, CA: Gingko Press. (Original publicado em 1968)
- McQuail, D. (2003). *Teoria da Comunicação de Massas* (C. Jesus, Trad.). Lisboa, Portugal: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Medina, C. (1988). *Notícia, um produto à venda: jornalismo na sociedade urbana e industrial* (Vol. 24). Summus Editorial.
- Merrin, W. (2014). *Media Studies 2.0*. New York, NY: Routledge.

- Meyer, P. (2009). *The vanishing newspaper : saving journalism in the information age* (2nd ed.). Columbia, MO: University of Missouri Press.
- Meyrowitz, J. (1985). *No sense of place: the impact of electronic media on social behavior*. New York, NY: Oxford University Press.
- Meyrowitz, J. (1994). Medium theory. In D. Crowley & D. Michell (Eds.), *Communication Theory Today* (pp 50-77). Cambridge: Stanford University Press.
- Meyrowitz, J. (2008). Medium Theory. In W. Donsbach (Ed.), *The international encyclopedia of communication* (pp. 3055-3061). Malden, MA: Blackwell Publishing.
- Micó, J. L., Masip, P., & Domingo, D. (2013). To wish impossible things: Convergence as a process of diffusion of innovations in an actor-network. *International Communication Gazette*, 75(1), 118-137. doi:10.1177/1748048512461765
- Mielniczuck, L. (2013). O celular afronta o jornalismo. In S. Barbosa, & L. Mielniczuck (Eds.), *Jornalismo e tecnologias móveis* (pp. 113-125). Covilhã, Portugal: Livros LabCom. Recuperado em <http://www.livroslabcom.ubi.pt/book/98>
- Miller, P. (2014). Preface. In: P. Miller, & S. Matviyenko (Eds.), *The imaginary app* (pp. ix-xiii). Cambridge, MA: MIT Press.
- Mills, J., Egglestone, P., Rashid, O., & Väättäjä, H. (2012). MoJo in action: The use of mobiles in conflict, community, and cross-platform journalism. *Media & Cultural Studies*, 26(5), 669-683. doi: 10.1080/10304312.2012.706457
- Mindich, D. T. (1998). *Just the facts: how "objectivity" came to define American journalism*. New York, NY: NYU Press.
- Mitchell, A. (2015). *State of the news media 2015*. Recuperado em <http://www.journalism.org/2015/04/29/state-of-the-news-media-2015/>
- Mitchell, A., Rosentiel, T., Santhanam, L.H., & Christian, L. (2012). The future of mobile news: the explosion in mobile audiences and a close look at what it means for news. *Report of the Pew Research Center's Project for Excellence in Journalism*. Recuperado em <http://www.journalism.org/2012/10/01/future-mobile-news/>
- Molina, S.G., Canavilhas, J., Prieto, M.C., Noriega, C. L., & Cobos, T.C. (Eds) (2013). *Hacia el periodismo móvil*. Santiago de Chile: Revista Mediterránea de Comunicación. Recuperado em <https://sites.google.com/site/librosmediterranea/home/3-hacia-el-periodismo-movil>

- Monteiro, E. R. ; Tavares, O. L. ; Gomes, R. L. (2007). Agregação de notícias sociais, um novo paradigma de webjornalismo. *Atas do V Simpósio Brasileiro de Sistemas Colaborativos*, 12-22. doi: 10.1109/SBSC.2008.18
- Moretzsohn, S. (2002). Jornalismo em “tempo real”: O fetiche da velocidade. Rio de Janeiro, Brasil: Revan.
- Morozov, E. (2011). *The net delusion: the dark side of internet freedom*. New York, NY: Public Affairs.
- Mulligan, M., & Card, D. (2014). Sizing the EU app economy, *Gigaom Research*. Recuperado em <http://www.lateledipenelope.it/public/530f9ef448e8d.pdf>
- Napoli, P. (2014). Automated media: an institutional theory perspective on algorithmic media production and consumption. *Communication Theory*, 24(3), 340-360. doi:10.1111/ comt.12039
- Negroponte, N. (1995). *Being digital*. London, UK: Hodder & Stoughton.
- Newman, N. (2011). Mainstream media and the distribution of news in the age of social discovery. *Reuters Institute for the Study of Journalism, University of Oxford*. Recuperado em <http://ora.ox.ac.uk/objects/uuid:94164da6-9150-4938-8996-badfdef6b507>
- Newman, N., & Levy, D.A. (Eds.). (2014). Tracking the future of news. *Reuters Institute digital news report 2014*. Recuperado em <http://www.digitalnewsreport.org/>
- Norman, D. (2013). *The design of everyday things revised and expanded edition* (Revised and expanded edition). New York, NY: Basic Books. (Original publicado em 1988)
- O'Reilly, T. (2005). *What is Web 2.0: design patterns and business models for the next generation of software*. Recuperado em <http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html>
- OECD (2013). The App Economy, *OECD Digital Economy Papers*, nº 230, OECD Publishing. doi: doi.org/10.1787/5k3ttftlv95k-em
- Oppegaard, B., & Rabby, M. (2015). Proximity: Revealing new mobile meanings of a traditional news concept. *Digital Journalism*, 1-18. doi: 10.1080/21670811.2015.1063075

- Paddock, T. (Ed.). (2004). *A call to arms: propaganda, public opinion, and newspapers in the Great War*. Westport, CT: Praeger Publishers.
- Palacios, M. (2003). Ruptura, continuidade e potencialização no jornalismo on-line: o lugar da memória. In E. Machado, & M. Palacios, *Modelos de jornalismo digital* (pp. 13-31). Salvador, Brasil: Edições GJOL/Calandra.
- Palacios, M. (2011). Revisitando as memórias do aquário: comunicação e sociabilidade em McLuhan para uso e abuso dos comunicólogos. *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, 8(14-5), 184-193. Recuperado em <http://www.alaic.net/revistaalaic/index.php/alaic/article/view/372/205>
- Palacios, M. (2013). Prefácio - O mundo no bolso e o contexto na palma da mão. In S. Barbosa, & L. Mielniczuck (Eds.), *Jornalismo e tecnologias móveis* (pp. 1-5). Covilhã, Portugal: Livros LabCom. Recuperado em <http://www.livroslabcom.ubi.pt/book/98>
- Palacios, M., Barbosa, S., Silva, F., & Cunha, R. (2014). Aplicativos jornalísticos vespertinos para tablets cartografia do fenômeno ante o desafio de uma produção original e inovadora. *Sur le journalisme, About journalism, Sobre jornalismo*, 3(2), 70-83. Recuperado em <http://surlejournalisme.com/rev/index.php/slj/article/view/182>
- Palacios, M., Barbosa, S., Silva, F.F., & Cunha, R. (2015). Jornalismo móvel e inovações induzidas por affordances em narrativas para aplicativos em tablets e smartphones. In J. Canavilhas, & I. Satuf (Eds.), *Jornalismo para dispositivos móveis: produção, distribuição e consumo* (pp. 7-42). Recuperado em <http://www.livroslabcom.ubi.pt/book/137>
- Palacios, M., & Cunha, R. (2012). A taticidade em dispositivos móveis: primeiras reflexões e ensaio de tipologias. *Contemporanea*, 10(3), 668-685. Recuperado em <http://www.portalseer.ufba.br/index.php/contemporaneaposcom/article/viewArticle/6575>
- Palazi, A. P., Schmidt, S. C., & Zanotti, C. A. (2011, Novembro). De leão de chácara a anfitrião: a criação do cargo de editor de mídias sociais nas empresas de comunicação. In *Atas do 9º. Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, SBPJor - Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo*, Rio de Janeiro, Brasil.
- Pariser, E. (2011). *The filter bubble: what the Internet is hiding from you*. New York, NY: The Penguin Press.

- Park, R. E. (1940). News as a Form of Knowledge: A Chapter in the Sociology of Knowledge. *American Journal of Sociology*, 45(5), 669-686. doi: 10.2307/2770043
- Pato, L.M. (2013). Profiling mobile TV adoption tendencies by college and university students in Portugal (Does previous individualized TV consumption influence the adoption of mobile TV?). In J. Canavilhas (Ed.), *Notícias e Mobilidade: o jornalismo na era dos dispositivos móveis* (pp. 191-218). Covilhã, Portugal: Livros LabCom. Recuperado em <http://www.livroslabcom.ubi.pt/book/94>
- Paulino, R., & Rodrigues, V. (Eds.) (2013). *Jornalismo para tablets: pesquisa e prática*. Florianópolis, Brasil: Insular.
- Pavlik, J. (2001). *Journalism and new media*. New York, NY: Columbia University Press.
- Pavlik, J. (2014). Ubiquidade: o 7º princípio do jornalismo na era digital. In J. Canavilhas (Org.), *Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença* (pp. 159-183). Covilhã, Portugal: Livros Labcom. Recuperado em <http://www.livroslabcom.ubi.pt/book/121>
- Pellanda, E., & Barbosa, S. (Eds.) (2014). *Jornalismo e mídias móveis no contexto da convergência*. [Versão eletrônica em formato Epub]. Porto Alegre, Brasil: EDIPUCRS
- Pereira, D. de C., & Boechat, M. P. (2014). Apenas siga as mediações: desafios da Cartografia das Controvérsias entre a Teoria Ator-Rede e as mídias digitais. *Contemporânea | Comunicação E Cultura*, 12(3), 556-575.
- Pérez, A., Cantarero, T., & Neira, A. (2013). Usabilidad, interactividad y contenidos multimedia en la prensa para iPad: el caso de El País, El Mundo, ABC y La Razón. In J. Canavilhas (Ed.), *Notícias e Mobilidade: o jornalismo na era dos dispositivos móveis* (pp. 73-98). Covilhã, Portugal: Livros LabCom. Recuperado em <http://www.livroslabcom.ubi.pt/book/94>
- Peruzzo, C. (2013). Movimentos sociais, redes virtuais e mídia alternativa no junho em que “o gigante acordou”(?) 1. *MATRIZES*, 7(2), 73-93.
- Peters, B., & Nielsen, R. K. (2013). New Media. In P. Simonson, J. Peck, R. T. Craig, & J. P. Jackson, Jr, *The handbook of communication history* (pp. 257-269). New York, NY: Routledge.
- Plesner, U. (2009). An actor-network perspective on changing work practices: Communication technologies as actants in newswork. *Journalism*, 10(5), 604-626. doi:10.1177/1464884909106535



- Pontin, J. (2014). A better breed of news app. *MIT Technology Review*, 17(3), 89-91.
- Postam, N. (1993). *Technopoly: the surrender of culture to technology*. New York, NY: Vintage Books.
- Primo, A. (2011). Transformações no jornalismo em rede: sobre pessoas comuns, jornalistas e organizações; blogs, Twitter, Facebook e Flipboard. *Intexto*, 2(25), 130-146.
- Primo, A., & Träsel, M. (2006). Webjornalismo participativo e a produção aberta de notícias. *Contracampo*, 14, 37-56. Recuperado em <http://www.uff.br/contracampo/index.php/revista/article/view/512>
- Primo, A., & Zago, G. (2015). Who And What Do Journalism? An actor-network perspective. *Digital Journalism*, 38-52. doi:10.1080/21670811.2014.927987
- Público, (2014, Fevereiro). Editores de *media* europeus contestam principio de acordo entre Bruxelas e Google. Recuperado em <https://www.publico.pt/mundo/noticia/editores-de-media-europeus-contestam-principio-de-acordo-entre-bruxelas-e-google-1622671>
- Purcell, K., Entner, R., & Henderson, N. (2010). The Rise of Apps Culture. *Report of the Pew Research Center*. Recuperado em <http://www.pewinternet.org/2010/09/14/the-rise-of-apps-culture/>
- Puustinen, L., & Seppänen, J. (2011). In amateurs we trust: readers assessing non-professional news photographs. In K. Anden-Papadopoulos, & M. Pantti, M. *Amateur Images and Global News* (pp. 175-192). Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Quadros, C., Rasêra, M., & Moschetta, A. (2013). Jornalismo para tecnologias móveis: o consumo entre jovens. In S. Barbosa, & L. Mielniczuck (Eds.), *Jornalismo e tecnologias móveis* (pp. 141-160). Covilhã, Portugal: Livros LabCom. Recuperado em <http://www.livroslabcom.ubi.pt/book/98>
- Quinn, S. (2009). *Mojo: mobile journalism in the asian region*. Singapore: Konrad-Adenauer-Stiftung
- Ramos, D. O. (2012). Anotações para a compreensão da atividade do “Curador de Informação Digital”. In E.S. Corrêa (Ed.), *Curadoria digital e o campo da comunicação* (pp. 11-21). São Paulo: ECA/USP. Recuperado em [http://issuu.com/grupo-ecausp.com/docs/ebook\\_curadoria\\_digital\\_usp](http://issuu.com/grupo-ecausp.com/docs/ebook_curadoria_digital_usp)

- Rantanen, T. (2009). *When News Was New*. West Sussex, UK: Wiley-Blackwell.
- Recuero, R. (2009). *Redes sociais na internet*. Porto Alegre, Brasil: Sulina.
- Reese, S. D., & Ballinger, J. (2001). The Roots of a Sociology of News: Remembering Mr. Gates and Social Control in the Newsroom. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 78(4), 641-658. doi:10.1177/107769900107800402
- Robert, D., & Dufresne, M. (Eds.). (2015). *Actor-Network Theory and Crime Studies: Explorations in Science and Technology*. Surrey, UK: Ashgate Publishing.
- Rodrigues, C. (2006). *Blogs e a fragmentação do espaço público*. Covilhã, Portugal: Livros LabCom. Recuperado em <http://www.livroslabcom.ubi.pt/book/56>
- Rodrigues, V. (2013). Uma proposta de categoria de qualidade e avaliação para interfaces jornalísticas em tablets. In R. Paulino, & V. Rodrigues (Eds.), *Jornalismo para tablets: pesquisa e prática*. Florianópolis, Brasil: Insular.
- Rodríguez, A.S. (2013). *Os cibermedios nos dispositivos móveis. Análise estrutural, formal e interpretativa das características que definem o produto informativo no novo suporte em catorze cabeceiras de referencia*. (Tese de Doutorado, Universidade de Santiago de Compostela, Santiago de Compostela, Espanha). Recuperado em <http://dspace.usc.es/handle/10347/10021>
- Rosenbaum, S. (2011). *Curation Nation: How to win in a world where consumers are creators*. New York, NY: McGraw-Hill.
- Rublescki, A., Barichello, E., & Dutra, F. (2013). Apps jornalísticas: panorama brasileiro. In J. Canavilhas (Ed.), *Notícias e Mobilidade: o jornalismo na era dos dispositivos móveis* (pp. 121-140). Covilhã, Portugal: Livros LabCom. Recuperado em <http://www.livroslabcom.ubi.pt/book/94>
- Rüdiger, F. (2011). *As teorias da comunicação*. Porto Alegre, Brasil: Penso.
- Rüdiger, F. (2015). Contra o connexionismo abstrato: réplica a André Lemos. *MATRIZES*, 9(2), 127-142. doi:<http://dx.doi.org/10.11.606>
- Russel, A. (2011). *Networked: A Contemporary History of News in Transition*. Cambridge, UK: Polity Press.

- Sacco, V., & Bossio, D. (2014). Using Storify: Challenges and opportunities for journalists covering crises. *Journal of Applied Journalism & Media Studies*, 3(1), 27-45. doi:10.1386/ajms.3.1.27\_1
- Sacco, V., & Zhao, Y. (2014). The impact of curation on stories' objectivity: Audience criteria of perceived objectivity of Storify. *The Official Research Journal of International Symposium On Online Journalism*, 4(1), 91-111.
- Salaverría, R. (2015). Mídia e jornalistas, um futuro em comum? *Parágrafo*, 3(1), 79-83.
- Salaverría, R.; García Avilés, J. A. y Masip, P. (2010). Concepto de convergencia periodística. In: X. López García y X. Pereira Fariña (Eds.), *Convergencia Digital. Reconfiguración de los medios de comunicación en España* (pp. 41-64). Santiago de Compostela, Espanha: Servicio Editorial Universidad de Santiago de Compostela.
- Salcetti, M. (1995). The Emergence of the Reporter: Mechanization and the Devaluation of Editorial Workers. In H. Hardt & B. Brennen (Eds.), *Newsworkers : toward a history of the rank and file* (pp. 48-74). Minneapolis, MN: University of Minnesota Press.
- Sanders, K. (2003). *Ethics & Journalism*. London, UK: Sage.
- Santaella, L., & Cardoso, T. (2015). O desconcertante conceito de mediação técnica em Bruno Latour. *MATRIZES*, 9(1), 167-185. doi:http://dx.doi.org/10.11606
- Sardá, T., Lupinacci, L., Barbosa, C., Zago, G., Valiati, V., Araújo, W. (2014). A buzzfeedização do jornalismo: 5 coisas que você precisa saber sobre o caso Zero Hora. *Anais do VIII Simpósio Nacional da ABCiber*. Recuperado em [http://www.abciber.org.br/simposio2014/anais/GTs/thais\\_de\\_oliveira\\_sarda\\_64.pdf](http://www.abciber.org.br/simposio2014/anais/GTs/thais_de_oliveira_sarda_64.pdf)
- Satuf, I. (2008). *A emergência da rede: dinâmicas interativas em um blog jornalístico*. (Dissertação de Mestrado, Universidade Federal de Minas Gerais, Brasil). Recuperado em <http://hdl.handle.net/1843/FAFI-7TPN7P>
- Satuf, I. (2015a). Jornalismo móvel: da prática à investigação acadêmica. In J. Canavilhas, & I. Satuf (Eds.), *Jornalismo para dispositivos móveis: produção, distribuição e consumo* (pp. 441 - 468). Recuperado em <http://www.livroslabcom.ubi.pt/book/137>
- Satuf, I. (2015b). Interface-actante: aplicativos agregadores para dispositivos móveis e a tradução da notícia. *Leituras Do Jornalismo*, 2(3), 65-81.

- Schlesinger, P. (1999). Os jornalistas e a sua máquina do tempo. In: N. Traquina (Org.), *Jornalismo: questões, teorias e 'estórias'* (2nd ed., pp.177-190). Lisboa, Portugal: Vega.
- Schmidt, E., & Cohen, J. (2013). *A nova era digital* (J.M. Cruz, Trad.). Alfragide, Portugal: Publicações Dom Quixote.
- Schudson, M. (1989). The sociology of news production. *Media, Culture & Society*, 11(3), 263-282. doi:10.1177/016344389011003002
- Schudson, M. (1992). Watergate: a study in mythology. *Columbia Journalism Review*, 31(1), 28-33.
- Schudson, M. (2003). *The sociology of news*. New York, NY: W. W. Norton & Company.
- Schultz, N., Zarnekow, R., Wulf, J., & Nguyen, Q. (2011). The new role of developers in the mobile ecosystem: an Apple and Google case study. *15th International Conference on Intelligence in Next Generation Networks*, 103-108. doi: 10.1109/ICIN.2011.6081055
- Scoble, R., & Israel, S. (2014). *Age of Context: mobile, sensors, data and the future of privacy*. United States: Patrick Brewster Press.
- Scolari, C. A., Aguado, J. M., & Feijó, C. (2012). Mobile media: Towards a definition and taxonomy of contents and applications. *International Journal of Interactive Mobile Technologies (iJIM)*, 6(2), 29-38. doi: dx.doi.org/10.3991/ijim.v6i2.1880
- Seixas, L. (2009). *Redefinindo os gêneros jornalísticos: Proposta de novos critérios de classificação*. Recuperado em <http://www.livroslabcom.ubi.pt/book/36>
- Seixas, L., Tourinho, I., & Guedes, M. (2014). Os gêneros jornalísticos do tablet e a força do costume cultural do dispositivo. *Intercom-RBCC*, 37(2), 91-111. doi: 10.1590/1809-5844 20144
- Serra, J.P. (2007). *Manual de Teoria da Comunicação*. Covilhã, Portugal: Livros LabCom. Retornado de <http://www.livroslabcom.ubi.pt/book/51>
- Shannon, C. (1963). *Mathematical Theory of Communication*. Urbana, IL: University of Illinois.
- Shapin, S., & Schaffer, S. (1985). *Leviathan and the air-pump: Hobbes, Boyle, and the experimental life*. New Jersey, NJ: Princeton University Press.

- Sigaud-Sellos, P. (2014). *Periodismo multiplataforma en dispositivos móviles: análisis comparativo de cuatro diarios de referencia en Brasil y España*. (Tese de Doutorado, Universidad de Navarra, Espanha). Recuperado em <https://www.educacion.gob.es/teseo/createpdf?origen=3&idFicha=116823>
- Silberstein-Loeb, J. (2014). *The International Distribution of News: The Associated Press, Press Association, and Reuters, 1848-1947*. New York, NY: Cambridge University Press.
- Silva, F. (2013). *Jornalismo móvel digital: uso das tecnologias móveis digitais e a reconfiguração das rotinas de produção da reportagem de campo*. (Tese de Doutorado, Universidade Federal da Bahia, Salvador, Brasil). Recuperado em <https://repositorio.ufba.br/ri/handle/ri/13011>
- Silva, F. (2015). *Jornalismo móvel*. Salvador, Brasil: Edufba. Recuperado em <https://repositorio.ufba.br/ri/handle/ri/18003>
- Silva, N. M. (2014). A redação convergente e a produção de conteúdos para dispositivos móveis. *Sur le journalisme, About journalism, Sobre jornalismo*, 3(2), 70-83. Recuperado em <http://surlejournalisme.com/rev/index.php/slj/article/view/184>
- Silverstone, R. (1994). *Television and everyday life*. London, UK: Routledge.
- Silverstone, R. (1999). *Why study the media?*. London, UK: Sage Publications.
- Silverstone, R., & Haddon, L. (1996). Design and the domestication of information and communication technologies: technical change and everyday life. In R. Silverstone, & R. Mansell (Eds.), *Communication by design: the politics of information and communication Technologies* (pp. 44-74). Oxford, UK: Oxford University Press.
- Simon, H. (1971). Designing organizations for an information-rich world. In M. Greenberger (Ed.), *Computers, communication, and the public interest* (pp. 37-72). Baltimore, MD: The Johns Hopkins Press.
- Simon, H. (1996). *The sciences of the artificial*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Sims, N. (Ed.). (2008). *Literary journalism in the twentieth century*. Evanston, IL: Northwestern University Press.
- Singer, J. B. (2006). Journalists and news bloggers: Complements, contradictions and challenges. In: A. Bruns, & J. Jacobs (Eds.), *Uses of blogs* (pp. 23-32). New York, NY: Peter Lang.

- Singer, J. B. (2008). Five Ws and an H: Digital Challenges in Newspaper Newsrooms and Boardrooms. *International Journal on Media Management*, 10(3), 122-129.  
doi:10.1080/14241270802262468
- Singer, J. B., Hermida, A., Domingo, D., Heinonen, A., Paulussen, S., Quandt, T., ... Vujnovic, M. (2011). *Participatory Journalism: Guarding open gates at online newspapers*. West Sussex, UK: Wiley-Blackwell.
- Sjovaag, H. (2011). Amateur images and journalistic authority. In K. Anden-Papadopoulos, & M. Pantti, M. *Amateur Images and Global News* (pp. 79-95). Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Söderberg, J., & Netznén, A. (2010). When all that is Theory Melts into (hot) Air: Contrasts and Parallels between Actor Network Theory, Autonomist Marxism, and Open Marxism. *Ephemera*, 10(2), 95-118.
- Sokal, A., & Bricmont, J. (2010). *Imposturas intelectuais* (4th ed.), (M. Altman, Trad, rev. Téc. A. Tort). Rio de Janeiro, Brasil: Editora Record.
- Solomon, W. S. (1995). The Site of Newsroom Labor: The Division of Editorial Practices. In H. Hardt & B. Brennen (Eds.), *Newsworkers: toward a history of the rank and file* (pp. 110-134). Minneapolis, MN: University of Minnesota Press.
- Sonvilla-Weiss, S. (Ed.). (2010). *Mashup Culture*. Mörlenbach, DE: Springer-Verlag.
- Sousa, J. (2001). *Os limites da verdade: as angústias da informação nas malhas da privacidade*. Lisboa, Portugal: Editorial Notícias.
- Sousa, J. P. (2002). Construindo uma teoria do jornalismo. Covilhã, Portugal: Universidade da Beira Interior, *Biblioteca OnLine de Ciências da Comunicação*. BOCC. Recuperado em <http://bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-construindo-teoria-jornalismo.html>
- Sousa, J. P. (2006). Elementos de teoria e pesquisa da comunicação e dos media (2nd ed.). Porto, Portugal: Universidade Fernando Pessoa.
- Souza, M. F. (2013). *Revistas Jornalísticas para tablet: uma análise comparativa entre os modelos convergente e nativo digital*. (Tese de Doutorado, Universidade Federal da Bahia, Salvador, Brasil). Recuperado em <https://repositorio.ufba.br/ri/handle/ri/13010>
- Spiegel-Rösing, I., & de Solla Price, D. (Eds.). (1977). *Science, Technology and Society: A Cross-Disciplinary Perspective*. London, UK: Sage Publications.

- Spyridou, L.-P., Matsiola, M., Veglis, A., Kalliris, G., & Dimoulas, C. (2013). Journalism in a state of flux: Journalists as agents of technology innovation and emerging news practices. *International Communication Gazette*, 75(1), 76-98.  
doi:10.1177/1748048512461763
- Star, S. L., & Griesemer, J. R. (1989). Institutional ecology, 'translations' and boundary objects: Amateurs and professionals in Berkeley's Museum of Vertebrate Zoology, 1907-39. *Social studies of science*, 19(3), 387-420.
- Tabak, E. (2015). *Information Cosmopolitics: An Actor-Network Theory Approach to Information Practices*. Waltham, MA: Elsevier.
- Tarde, G. (2007). *Monadologia e sociologia e outros ensaios*. (P. Neves, Trad.). São Paulo, Brasil: Cosacnaify.
- Tee, R. (2005). Different directions in the mobile internet: analysing mobile internet services in Japan and Europe. In L. Hamill & A. Lasen (Eds.), *Mobile world: past, present and future* (pp. 143-160). (n.p.): Springer.
- Teixeira, V. B. T., & Singer, T. L. T. (2011). Agregadores de Noticias e Sistemas Automatizados: Teoria Ator-Rede aplicada no Jornalismo Digital. In V *Simpósio Nacional ABCiber, Associação Brasileira de Pesquisadores em Cibercultura* (pp. 1-30). Santa Catarina, Brasil. Recuperado em <http://150.162.39.1/simposio2011/index.php/simposio2011/2011/paper/view/354>
- Thompson, J.B. (1998). *Los media y la modernidad: una teoría de los medios de comunicación* (J.C. Delgado, Trad.). Barcelona, España: Paidós.
- Thorson, E. (2008). Changing patterns of news consumption and participation: news recommendation engines. *Information, Communication & Society*, 11(4), 473-489
- Thorson, E., Shoenberger, H., Karaliova, T. Kim, E., & Fidler, R. (2015). News use of mobile media: a contingency model. *Mobile Media & Communication*, 3(2), 160-178.  
doi: 10.1177/2050157914557692
- Touraine, A. (1971). *The post-industrial society. Tomorrow's social history: classes, conflicts and culture in the programmed society* (L. F. X. Mayhew, Trans.). New York, NY: Random House.
- Traquina, N. (1999). *Jornalismo: Questões, Teorias e 'Estórias'* (2nd ed.). Lisboa, Portugal: Vega Editora.

- Traquina, N. (2002). *Jornalismo: O que é?* Lisboa, Portugal: Quimera.
- Traquina, N. (2005). Teorias do jornalismo: A tribo jornalística - uma comunidade interpretativa transnacional. Florianópolis, Brasil: Insular.
- Träsel, M. (2014). Aprendendo a se deixar guiar por dados: a formação dos jornalistas da equipe Estadão Dados. *REBEJ - Revista Brasileira de Ensino de Jornalismo*, 4(14), 85-99.
- Tseng, F. M., Liu, Y. L., & Wu, H. H. (2014). Market penetration among competitive innovation products: the case of the smartphone operating system. *Journal of Engineering and Technology Management*, 32, 40-59. doi: /dx.doi.org/10.1016/j.jengtecman.2013.10.002
- Tuchman, G. (1973). Making News by Doing Work: Routinizing the Unexpected. *American Journal of Sociology*, 79(1), 110-131. doi:10.1086/225510
- Tuchman, G. (1978). *Making News: A Study in the Construction of Reality*. New York, NY: The Free Press.
- Tuchman, G. (1999). A objectividade como ritual estratégico: uma análise das noções de objectividade dos jornalistas. In: N. Traquina (Org.), *Jornalismo: questões, teorias e 'estórias'* (2nd ed., pp.74-90). Lisboa, Portugal: Vega.
- Tuchman, G. (2002). The production of news. In K.B. Jensen, *A Handbook of Media and Communication Research: Qualitative and quantitative methodologies* (pp. 79-90). London: Routledge.
- Turkle, S. (2011). *Alone together: why we expect more from technology and less from each other*. New York, NY: Basic Books.
- Turner, F. (2005). Actor-Networking the News. *Social Epistemology*, 19(4), 321-324. doi:10.1080/02691720500145407
- Underwood, D. (2008). *Journalism and the Novel: Truth and Fiction, 1700-2000*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Van Damme, K., Courtois, C., Verbrugge, K., & De Marez, L. (2015). What's APPening to news? A mixed-method audiencecentred study on mobile news consumption. *Mobile Media & Communication*, 3(2), 196-213. doi: 10.1177/2050157914557691



- Van der Wurff, R. (2012). The Economics of Online Journalism. In: E.Siapera, & A.Veglis (Eds.), *The Handbook of Global Online Journalism* (pp.231-250). West Sussex, UK: Wiley-Blackwell.
- Van Dijck, J. (2013). *The culture of connectivity: A critical history of social media*. Oxford, UK: Oxford University Press.
- Van Dijk, T. A. (1988). *News as discourse*. Routledge. New Jersey, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Vargas, E. V., Latour, B., Karsenti, B., Aït-Touati, F., & Salmon, L. (2014). O debate entre Tarde e Durkheim. *Teoria e Sociedade, Número Esp*, 28-61.
- Vaz, P. (2004). Mediação e tecnologia. In F. M. Martins, J. M. Silva, *A genealogia do virtual: comunicação, cultura e tecnologia do imaginário* (pp. 216-238). Porto Alegre, Brasil: Sulina.
- Venturini, T. (2010). Diving in magma: how to explore controversies with actor-network theory. *Public Understanding of Science*, 19(3), 258-273.  
doi:10.1177/0963662509102694
- Venturini, T. (2012). Building on faults: How to represent controversies with digital methods. *Public Understanding of Science*, 21(7), 796-812.  
doi:10.1177/0963662510387558
- Venturini, T., & Latour, B. (2009). The Social Fabric: Digital Footprints and Qualitative Methods. *Proceedings of Futur en Seine 2009*, 87-101.
- Venturini, T., Ricci, D., Mauri, M., Kimbell, L., & Meunier, A. (2015). Designing Controversies and Their Publics. *Design Issues*, 31(3), 74-87.  
doi:10.1162/DESI\_a\_00340
- Villi, M. (2012). Social curation in audience communities: UDC (user-distributed content) in the networked media ecosystem. *Participations: Journal of Audience and Reception Studies*, 9(2), 614-632.
- Vizeu, A. (2003, Setembro). O Jornalismo e as "teorias intermediárias": cultura profissional, rotinas de trabalho, constrangimentos organizacionais e as perspectivas da Análise do discurso (AD). In *Atas do XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, INTERCOM - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, Belo Horizonte, Brasil*.

- Wahl-Jorgensen, K. (2010). News production, ethnography, and power: On the challenges of newsroom-centricity. In: E. Bird (Ed.), *The Anthropology of News and Journalism: Global Perspectives* (pp. 21-34). Bloomington, IN: Indiana University Press.
- Waisbord, S. (2013). *Reinventing Professionalism: Journalism and News in Global Perspective*. Cambridge, UK: Polity Press.
- Weber, M. (2002). *Conceitos Básicos de Sociologia* (R. E. F. Frias e G. G. Delauny, Trans.). São Paulo, Brasil: Centauro Editora.
- Webster, J. G. (2011). The duality of media: a structurational theory of public attention. *Communication Theory*, 21, 43-66. doi:10.1111/j.1468-2885.2010.01375.x
- Webster, J. G., & Phalen, P. F. (1997). *The Mass Audience: Rediscovering the Dominant Model*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Weiss, A. S., & Domingo, D. (2010). Innovation processes in online newsrooms as actor-networks and communities of practice. *New Media & Society*, 12(7), 1156-1171. doi:10.1177/1461444809360400
- West, J., & Mace, M. (2010). Browsing as the killer app: Explaining the rapid success of Apple's iPhone. *Telecommunications Policy*, 34(5-6), 270-286. doi:10.1016/j.telpol.2009.12.002
- West, J., & Wood, D. (2013). Evolving an open ecosystem: the rise and fall of the Symbian platform. In R. Adner, J. Oxley, & B. Silverman (Eds.), *Advances in strategic management series: Volume 30. Collaboration and Competition in business ecosystems* (pp. 27-67). (n.p.): Emerald Group Publishing Limited. doi: 10.1108/S0742-3322(2013)0000030005
- Westlund, O. (2010). New(s) functions for the mobile: a cross-cultural study. *New Media & Society*, 12(1), 91-108. doi: 10.1177/1461444809355116
- Westlund, O. (2011). *Cross-media news work: sensemaking of the mobile media (r)evolution*. (Tese de doutorado, University of Gothenburg, Gothenburg, Suécia). Recuperado em <https://gupea.ub.gu.se/handle/2077/28118>
- Westlund, O. (2015). News consumption in an age of mobile media: patterns, people, place, and participation. *Mobile Media & Communication*, 3(2), 151-159. doi: 10.1177/205015791456 3369

- White, D. M. (1950) The gatekeeper: A case study in the selection of news. *Journalism Quarterly*, 27(3): 383-390.
- Williams, R. (2004). *Television: technology and cultural form* (2nd ed.). London, UK: Routledge. (Original publicado em 1974)
- Willis, A.J. (1997). The ecosystem: an evolving concept viewed historically. *Functional Ecology*, 11(2), 268-271. doi: 10.1111/j.1365-2435.1997.00081.x
- Wilwohl, J. (2010). *All the news that fits in your pocket/Hendheld journalism*. [Versão eletrônica em formato Epub]. (n.p.): Chuck Frank.
- Wolf, C., & Schnauber, A. (2014). News consumption in the mobile era: the role of mobile devices and traditional journalism's content within the user's information repertoire. *Digital Journalism*, 1-18. doi: 10.1080/21670811.2014.942497
- Wolf, M. (2009). *Teorias da comunicação* (M. J. Figueiredo, Trad.) (10ª ed.). Lisboa, Portugal: Presença.
- Zago, G., & Bastos, M.T. (2013). Visibilidade de notícias no Twitter e no Facebook: análise comparativa das notícias mais repercutidas na Europa e nas Américas. *Brazilian Journalism Research*, 9(1), 116-133. Recuperado em <http://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/510>
- Zago, G., & Silva, A. (2014). Sites de rede social e economia da atenção: circulação e consumo de informações no Facebook e no Twitter. *Vozes e Diálogo*, 13(1), 5-17. Recuperado em <http://www6.univali.br/seer/index.php/vd/article/view/5305>
- Zamith, F. (2012). Ferramentas de participação nos ciberjornais de Portugal. In: W. García de Torres, *Cartografía del Periodismo Participativo* (pp.305-322). Valencia, Espanha: Tirant Humanidades.
- Zelizer, B. (1993). Journalists as interpretive communities. *Critical Studies in Media Communication*, 10(3), 219-237.
- Zelizer, B. (2004). *Taking journalism seriously: news and the academy*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Zelizer, B. (2009). Journalism and the academy. In K. Wahl-Jorgensen, & T. Hanitzsch (Eds.), *The handbook of journalism studies* (pp. 29-41). New York, NY: Routledge.



## **ANEXO**



## Anexo 1 - Corpus de análise

Aplicativo agregador	Versão utilizada na taxonomia	Situação em março de 2016	Site do desenvolvedor
 Algo	3.1.3	Ativo	<a href="http://www.algo.com">www.algo.com</a>
 Anews	2.14	Ativo	<a href="http://www.aneews.com/br">www.aneews.com/br</a>
 Apple News	V3-23-2015	Ativo	<a href="http://www.apple.com/news">www.apple.com/news</a>
 Breaking News	3.8.4	Ativo	<a href="http://www.breakingnews.com/about/">www.breakingnews.com/about/</a>
 BriefMe	1.3.1	Ativo	<a href="http://www.getbriefme.com">www.getbriefme.com</a>

Aplicativo agregador	Versão utilizada na taxonomia	Situação em março de 2016	Site do desenvolvedor
 Circa News	3.1.4	Inativo	- - - - -
 Feedly	32.0.0	Ativo	feedly.com
 Flipboard	3.3.16	Ativo	flipboard.com
 Fourth Estate	2.5.1	Ativo	www.kopsersoftware.com
 Haku	2.1.3	Ativo	haku.la
 Inshorts	3.4	Ativo	www.inshorts.com



Aplicativo agregador	Versão utilizada na taxonomia	Situação em março de 2016	Site do desenvolvedor
 Inside	3.0.12	Inativo	blog.inside.com
 Mosaiscope	1.4	Ativo	www.mosaiscope.com
 News Free	3.9	Ativo	www.savysoda.com
 News Republic	5.4.2	Ativo	www.news-republic.com
 News360	4.2.3	Ativo	news360.com
 Newscron	4.1.0	Ativo	www.newscron.com

Aplicativo agregador	Versão utilizada na taxonomia	Situação em março de 2016	Site do desenvolvedor
 Newsdaily	1.2.8	Ativo	<a href="http://www.nyaoon.com/newsdaily">www.nyaoon.com/newsdaily</a>
 NewsFire	1.4	Ativo	<a href="http://appsfire.com">appsfire.com</a>
 Newsify	4.4.1	Ativo	<a href="http://newsify.co/">newsify.co/</a>
 Newsy	3.0.1	Ativo	<a href="http://www.newsy.com/about">www.newsy.com/about</a>
 Niiws	0.9.1	Ativo	<a href="http://pt.niiws.com">pt.niiws.com</a>
 Nuzzel	2.0.6	Ativo	<a href="http://nuzzel.com">nuzzel.com</a>

Aplicativo agregador	Versão utilizada na taxonomia	Situação em março de 2016	Site do desenvolvedor
 Paper	1.2.6	Ativo	<a href="http://www.facebook.com/paper">www.facebook.com/paper</a>
 Prismatic	2.1.12	Inativo	-----
 Pulse	1.2.5	Ativo	<a href="http://mobile.linkedin.com">mobile.linkedin.com</a>
 SmartNews	3.0.4	Ativo	<a href="http://www.smartnews.com">www.smartnews.com</a>
 TheJournal.ie	3.3.6	Ativo	<a href="http://www.thejournal.ie">www.thejournal.ie</a>